

BONAVENTURA DI BELLO

E-COMMERCE

con WordPress
e WooCommerce



CREARE UN NEGOZIO ONLINE
CON IL CMS PIÙ DIFFUSO DEL MONDO

Web **Pro**⁺

HOEPLI

*A tutti i miei lettori e "allievi", passati
presenti e futuri, per il riconoscimento
e l'apprezzamento degli sforzi
e dell'impegno profusi nel mio lavoro
di divulgazione e con l'augurio che anche
quest'opera possa essere d'aiuto
e migliorare la vita di chi saprà metterne
in pratica il contenuto.*

Bonaventura Di Bello

E-commerce
con WordPress e WooCommerce

Creare un negozio online con il CMS più diffuso al mondo



EDITORE ULRICO HOEPLI MILANO

Copyright © Ulrico Hoepli Editore S.p.A. 2015
via Hoepli 5, 20121 Milano (Italy)
tel. +39 02 864871 – fax +39 02 8052886
e-mail hoepli@hoepli.it

www.hoepli.it

Seguici su Twitter: @Hoepli_1870

Tutti i diritti sono riservati a norma di legge
e a norma delle convenzioni internazionali

ISBN EBOOK 978-88-203-7001-5

Progetto editoriale: Maurizio Vedovati – Servizi editoriali (info@iltrio.it)
Copertina: Sara Taglialegne

Realizzazione digitale: Promedia, Torino

[Prefazione](#)

[Capitolo 1 Perché WordPress](#)

[I vantaggi di WordPress](#)

[Capitolo 2 Perché scegliere WooCommerce](#)

[I vantaggi di WooCommerce](#)

[Capitolo 3 Requisiti dell'hosting](#)

[Requisiti per WordPress](#)

[Requisiti per WooCommerce](#)

[Capitolo 4 Installare WordPress](#)

[Caricamento dei file di WordPress](#)

[Database e installazione manuale](#)

[Installazione automatica](#)

[Capitolo 5 Creare pagine e articoli](#)

[Introduzione al backend di WordPress](#)

[Creazione delle pagine](#)

[Creazione degli articoli](#)

[Gestione del menu](#)

[Capitolo 6 Scelta e installazione del tema](#)

[Cercare e scegliere i temi adatti](#)

[Installare e attivare un tema](#)

[Configurare il tema](#)

[Capitolo 7 Installazione e configurazione di WooCommerce](#)

[Installazione di WooCommerce](#)

[Opzioni generali](#)

[Impostazioni relative ai prodotti](#)

[Impostazioni di tassazione](#)

[Impostazioni per i pagamenti](#)

[Impostazioni di spedizione](#)

[Impostazioni dell'account utente](#)

[Impostazioni dei messaggi e-mail](#)

[Capitolo 8 Creazione e configurazione dei prodotti](#)

[Creazione del contenuto per il prodotto](#)

[Configurazione di base del prodotto e test di verifica](#)

[Informazioni e opzioni d'inventario](#)

[Informazioni e classi di spedizione](#)

[Articoli collegati](#)

[Attributi, variazioni e prodotti variabili](#)

[Opzioni aggiuntive per i prodotti](#)

[Creazione di un "grouped product"](#)

[Prodotti virtuali e scaricabili](#)

[Prodotti esterni e affiliazione](#)

[Codici promozionali](#)

[Capitolo 9 Layout del negozio](#)

[La home page](#)

[Traduzione del tema in italiano](#)

[Organizzazione dei menu](#)

[Utilizzo dei widget](#)

[Personalizzazione del tema](#)

[Utilizzare gli shortcode di WooCommerce](#)

[Capitolo 10 Gestione degli ordini e dei clienti](#)

[Gestione dei clienti](#)

[Report e statistiche di vendita](#)

[Elenco degli ordini](#)

[Gestione degli ordini](#)

[Capitolo 11 E-commerce internazionale e multilingua](#)

[Configurazione per la vendita internazionale](#)

[Plugin multilingue per WordPress e WooCommerce](#)

[Installazione e configurazione di WPML](#)

[Installazione di WooCommerce Multilingual](#)

[Traduzione delle pagine di WooCommerce e dei prodotti](#)

[Traduzione delle pagine e degli articoli](#)

[Traduzione dei menu e dei media](#)

[Traduzione di altri elementi](#)

[Capitolo 12 Social e SEO](#)

[Gestire i Social Media con Jetpack](#)

[Gestire la SEO con WordPress SEO](#)

[Capitolo 13 Manutenzione e sicurezza](#)

[Backup di WordPress](#)

[Aggiornamenti di WordPress](#)

[Sicurezza in WordPress](#)

[Capitolo 14 Estendere le funzionalità di WooCommerce](#)

[Estensioni e plugin per WooCommerce](#)

[Personalizzazione del modulo di checkout](#)

[Semplificazione del checkout](#)

[Creazione di fatture stampabili per gli ordini](#)

[Aggiunta di schede prodotto personalizzate](#)

[Creazione e gestione di una "lista dei desideri"](#)

[Creazione di prodotti "combinati"](#)

[Utilizzo del sito come catalogo \(senza acquisto\)](#)

[Rassegna di plugin gratuiti e "freemium"](#)

[Rassegna di plugin commerciali](#)

[Capitolo 15 Risorse utili](#)

[Un regalo per i lettori](#)

BONAVENTURA DI BELLO



Bonaventura Di Bello ha iniziato la sua lunghissima carriera professionale negli anni ottanta, cogliendo quindi al suo nascere il fenomeno dell'informatica personale, cui ha partecipato prima come sviluppatore di giochi d'avventura (interactive fiction) e in seguito nel ruolo di consulente per vari progetti editoriali per il settore videoludico, informatico e hitech, divulgatore e formatore. Ha seguito da vicino, a partire dagli anni novanta, l'avvento e l'evoluzione di Internet e del Web e vi ha partecipato attivamente come blogger, content curator, SEO copywriter e sviluppatore di siti e landing page.

Protagonista di numerosi progetti editoriali (stampati e digitali) proposti negli ultimi ventinque anni da vari editori italiani del settore informatico e hitech, ha pubblicato con Hoepli *Webmaster con WordPress* (2011), *Guadagnare in Internet con WordPress* (2012) e *WordPress – Guida Completa* (2014) affiancando alla scrittura anche un'intensa attività didattica e di training per singoli e gruppi, in aula e a distanza, sugli stessi argomenti trattati nei suoi libri e sui relativi approfondimenti. Un elenco aggiornato delle sue pubblicazioni in formato cartaceo e digitale è disponibile all'indirizzo www.wpaz.it/158. La sua passione per WordPress si esprime in gran parte nelle attuali attività professionali per la stampa e per il Web, con progetti sempre nuovi che è possibile conoscere consultando il suo blog personale (wpaz.it/003).

Non solo e-commerce

Nel corso degli anni, quando già utilizzavo WordPress per creare blog e siti, mi è capitato di lavorare a progetti Web il cui obiettivo era lo sviluppo di una piattaforma per il commercio elettronico.

I plugin di e-commerce disponibili allora per WordPress erano pochissimi e avevano diverse limitazioni, tanto nelle possibilità di adattamento alla lingua e agli standard italiani, quanto nell'effettiva compatibilità con i temi.

Fui quindi "costretto" a utilizzare soluzioni già collaudate, che andavano dall'abbinamento fra Joomla e VirtueMart allo sviluppo basato su vere e proprie piattaforme verticali per l'e-commerce come Magento, OpenCart, ZenCart e simili.

Per quanto funzionale rispetto agli obiettivi del momento, la soluzione Joomla+VirtueMart si è poi rivelata, rispetto a quelle "verticali" delle applicazioni specializzate, più flessibile perché legata a un CMS. Si trattava, tuttavia, di una piattaforma che non mi aveva mai particolarmente entusiasmato, quindi ho atteso e seguito fiduciosamente l'evolversi dei plugin di e-commerce per WordPress, collaudandoli nel tempo.

L'arrivo di WooCommerce e la sua rapida evoluzione, affiancata a quella (costante e altrettanto rapida) di WordPress, mi hanno confermato che l'attesa non è stata vana, perché oggi il loro abbinamento permette a chiunque di allestire un sito di e-commerce professionale a costo zero e con uno sforzo tutto sommato modesto dal punto di vista della difficoltà di utilizzo. La presenza di un CMS come WordPress permette una libertà e flessibilità sicuramente maggiori rispetto a qualsiasi piattaforma verticale dedicata esclusivamente all'e-commerce, mentre l'ecosistema di estensioni che si è sviluppato intorno a WooCommerce aumenta notevolmente le probabilità di soddisfare anche le esigenze meno comuni per quanto riguarda le funzionalità di un'attività commerciale online.

Per chi non ha alcuna esperienza di WordPress cercherò di fornire, nella parte iniziale di questo manuale, le istruzioni fondamentali per la sua installazione, configurazione e utilizzo di base, rimandando per gli approfondimenti al mio precedente volume *WordPress – Guida Completa*. Questo volume non ha la pretesa di illustrare tutti gli aspetti di WordPress, trattandosi di una guida "verticale" dedicata principalmente al commercio elettronico, di conseguenza la consultazione di un manuale come quello appena menzionato è altamente consigliata.

Chi, invece, ha già esperienza nell'utilizzo del popolare CMS potrà ovviamente saltare a piè pari tali pagine e passare direttamente all'installazione di WooCommerce e alla sua configurazione, che come sempre saranno descritte con un linguaggio chiaro e ricco di esempi nei capitoli successivi.

I primi due capitoli del libro, invece, serviranno a chiarire le motivazioni che stanno dietro alla scelta di abbinare WordPress e WooCommerce per creare un sito di e-commerce, come alternativa alle già menzionate piattaforme "verticali", prima di entrare nel vivo del loro utilizzo e dello sviluppo di un sito vero e proprio per acquisire la padronanza di tutti gli elementi che ne caratterizzano le diverse fasi.

nota

Sul sito ufficiale del libro, ecommercewp.it, troverete le indicazioni per approfondire tutti quegli aspetti che, per motivi di spazio e per gli obiettivi specifici di questo libro, non è stato possibile trattare in modo completo o esauriente, come gli aspetti burocratici e fiscali dell'e-commerce, la SEO, la sicurezza e manutenzione di WordPress e così via.

I link alle risorse menzionate nel volume saranno quasi sempre indicati con una forma abbreviata utilizzando l'indirizzo del blog ufficiale della mia prima guida (wpaz.it/xxx) per consentire da una parte una loro più facile e rapida digitazione e dall'altra per avere la possibilità di aggiornarli nel tempo qualora l'indirizzo originale della risorsa dovesse cambiare. Il blog wpaz.it sarà inoltre utilizzato, insieme a quello ufficiale del libro, come ulteriore fonte di approfondimento anche delle tematiche affrontate in queste pagine, quindi siete invitati a consultarlo assieme a ecommercewp.it, ma anche a trasmettere il vostro feedback attraverso quest'ultimo per ampliare quanto illustrato in questo manuale.

Non dimenticate, infine, di trarre vantaggio dalle risorse indicate nelle ultime pagine per ottenere gli omaggi e gli sconti riservati a tutti i lettori del presente volume.

Al di là degli inevitabili confronti che in genere vengono proposti per sottolineare le differenze fra i maggiori CMS, WordPress ha conquistato una percentuale di utenza notevole negli ultimi anni, scavalcando per popolarità i suoi diretti concorrenti e affermandosi come la piattaforma più intuitiva e flessibile soprattutto per chi si avvicina per la prima volta allo sviluppo Web basato su CMS (Figura 1.1).

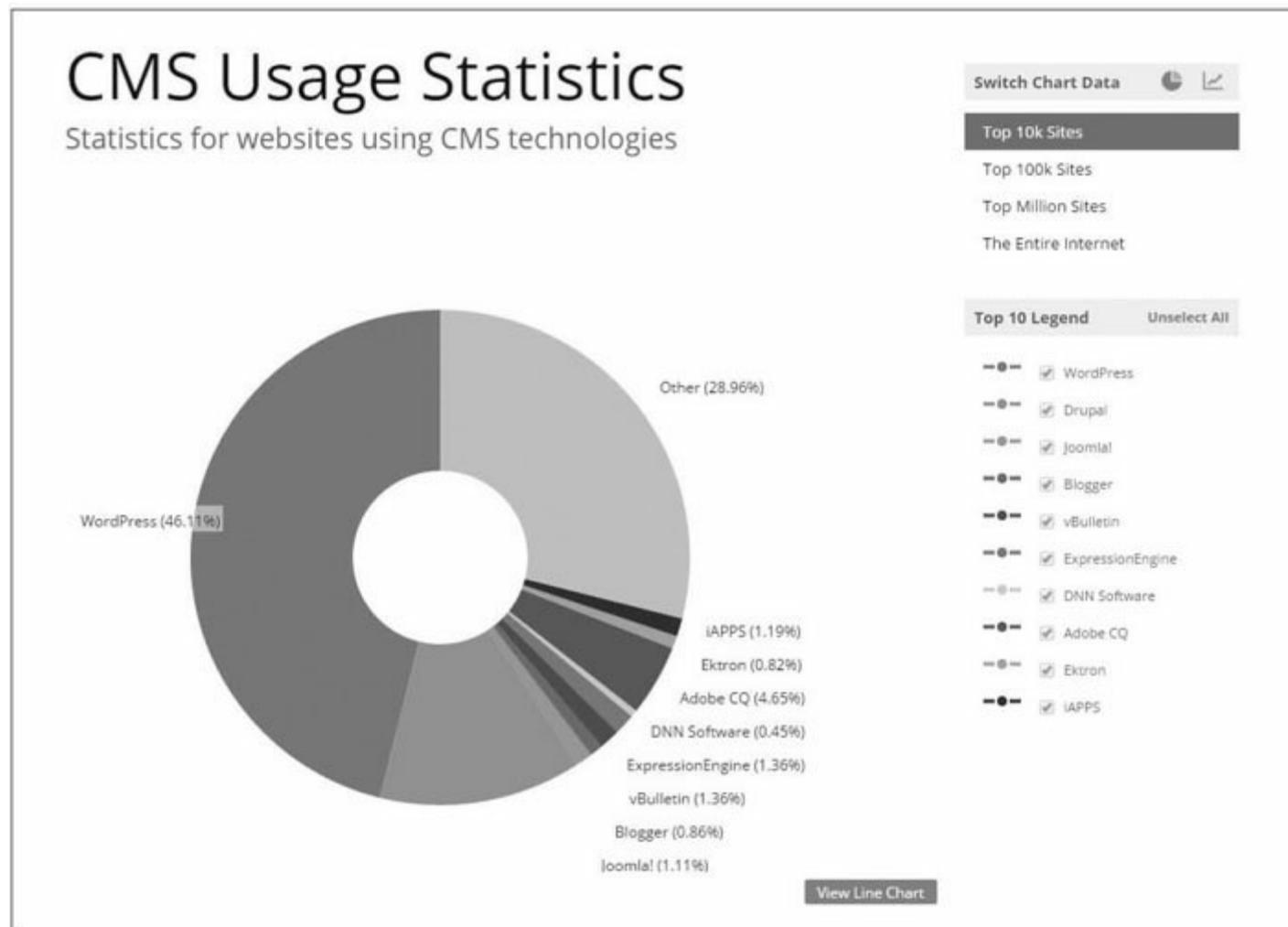


Figura 1.1 – Il grafico di *BuiltWith* (wpaz.it/173) che mostra l'utilizzo di WordPress nel mondo rispetto ad altri CMS, aggiornato al momento di scrivere questo libro.

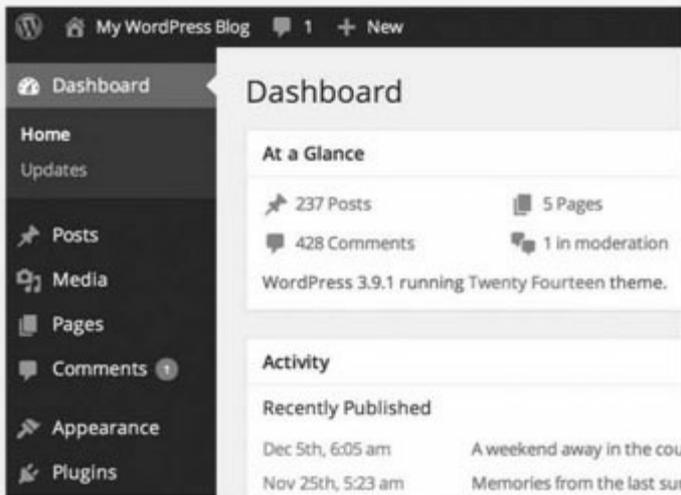
Se "convertirsi" da un altro CMS (come Joomla o Drupal) a WordPress può rappresentare una scelta difficile per alcuni, chi decide di muovere i primi passi nel mondo dei CMS affidandosi direttamente a WordPress non tarda ad accorgersi di avere fatto una scelta saggia che offre i suoi vantaggi nell'immediato come nel lungo termine.

In questo capitolo proverò a darvi una serie di motivi per cui vale la pena scegliere WordPress tanto in un'ottica e-commerce quanto nello sviluppo di siti e blog in generale.

I vantaggi di WordPress

È giusto fare una premessa: quando in queste pagine parlo di WordPress, mi riferisco al CMS e non alla piattaforma WordPress.com che, seppure basata su tale CMS, impone ai suoi utenti delle limitazioni legate alla gratuità del servizio di base e costringe gli utenti a "rimuoverle" acquistando diverse funzionalità come degli extra.

Seguendo le istruzioni contenute in questo libro, chiunque sarà in grado di procurarsi e installare una versione aggiornata di WordPress (Figura 1.2) oppure usufruire di un'installazione pronta per l'uso e completa, gratuitamente o con una spesa di poco superiore ai dieci euro. In questo modo sarà possibile esercitarsi e acquisire l'esperienza necessaria per lo sviluppo di un sito di e-commerce professionale, eventualmente investendo qualcosa di più in uno spazio di hosting Web più adatto e in componenti commerciali da associare a WordPress e WooCommerce.



WordPress is web software you can use to create a beautiful website or blog. We like to say that WordPress is both free and priceless at the same time.

The core software is built by hundreds of community volunteers, and when you're ready for more there are thousands of plugins and themes available to transform your site into almost anything you can imagine. Over 60 million people have chosen WordPress to power the place on the web they call "home" — we'd love you to join the family.

Ready to get started? [Download WordPress 4.1](#)

WordPress is also available in Italiano.

Figura 1.2 – La home page del sito WordPress.org, dove è possibile scaricare gratuitamente una copia del CMS per installarla sul proprio spazio di hosting Web oppure su un server locale sul proprio computer.

Non lasciatevi ingannare dal fatto che WordPress sia gratuito (sarà il primo punto dell'elenco che segue), come la maggior parte dei componenti che è possibile installare al suo interno: i siti realizzati con questo CMS possono essere altamente professionali ed efficaci, purché realizzati secondo criteri di sviluppo che valgono per qualsiasi progetto Web; criteri che ho avuto modo di descrivere in questa come in altre guide già pubblicate sull'argomento.

A questo punto non mi resta che elencarvi tutti i vantaggi che possono derivare dall'utilizzo di WordPress in generale, molti dei quali si riflettono ovviamente anche sulla realizzazione di un sito di e-commerce:

Gratuità

Potete scaricare la versione più recente dal sito ufficiale e una volta che lo avrete installato potete aggiungere direttamente dal suo interno un incredibile numero di componenti altrettanto gratuiti.

Facilità di apprendimento

Contraddistinto da una curva d'apprendimento che si rivela ottima tanto nella fase iniziale quanto nell'utilizzo più approfondito, WordPress si differenzia dagli altri CMS proprio per l'intuitività che contraddistingue sia le sue funzionalità predefinite, sia la gran parte di quelle che è possibile aggiungere con i componenti opzionali disponibili.

Flessibilità ed espandibilità

Il sito di WordPress.org mette a disposizione degli utenti due aree dedicate ai temi e ai plugin, che permettono rispettivamente di personalizzare l'aspetto grafico e strutturale dei siti e di aggiungere nuove funzionalità a quelle già presenti di serie.

Documentazione e supporto

Oltre alla ricca documentazione e al supporto disponibili (in inglese) su WordPress.org, esistono numerosi blog, siti e video che garantiscono quasi sempre una risposta ai quesiti che possono sorgere durante l'utilizzo del CMS. Oltre, naturalmente, a un numero sempre maggiore di libri ed ebook disponibili anche nella nostra lingua.

Aggiornamento costante

Il team di sviluppo di WordPress lavora incessantemente, coadiuvato da migliaia di beta tester che ogni giorno collaudano le nuove versioni (anche prima che diventino "ufficiali") segnalandone i difetti e permettendo così agli sviluppatori di correggerli in tempo o comunque in modo tempestivo. Lo stesso vale per i temi e plugin, ovviamente, e tutti gli aggiornamenti possono essere attivati direttamente dall'interno dell'area amministrativa con un semplice click.

Predisposizione per la SEO

I blog e i siti WordPress hanno una particolare predisposizione a essere indicizzati in modo efficace da Google e dagli altri motori di ricerca. Inoltre, sono disponibili plugin gratuiti specializzati per la SEO e i temi professionali sono spesso ottimizzati in tal senso.

Gestione ottimale dei contenuti

L'inserimento dei contenuti e la relativa organizzazione e gestione in WordPress avvengono per mezzo di un'interfaccia di semplice utilizzo e con funzionalità che aumentano considerevolmente l'efficacia dei contenuti stessi, che si tratti di semplice testo con immagini oppure di audio, video e altri documenti.

Com'è facile intuire dai sette punti appena descritti, l'adozione di una piattaforma di sviluppo come WordPress e il suo corretto utilizzo si traducono in risultati eccellenti da ogni punto di vista, tanto estetico quanto funzionale.

Considerato lo spazio necessario a trattare l'argomento specifico dell'e-commerce, in questo volume non sarà possibile approfondire i tantissimi aspetti della creazione di siti e blog con WordPress, quindi vi consiglio di integrare eventualmente le informazioni qui presenti con quelle del mio precedente libro *WordPress – Guida Completa* e degli altri manuali pubblicati (bitly.com/wplibri) e di fare riferimento al sito wpaz.it per ulteriori dettagli. Inoltre, vi invito a utilizzare le istruzioni presenti nelle ultime pagine del volume per ricevere gratuitamente degli ebook di approfondimento su WordPress e dei codici di sconto per l'accesso a risorse didattiche e training personalizzato.

Con oltre cinque milioni di download al momento di scrivere, WooCommerce è il plugin per e-commerce più popolare nel mondo di WordPress. Lanciato nel 2011, ha superato grazie alla sua rapida evoluzione (Figura 2.1) anche l'altrettanto noto, e più "anziano", WP eCommerce, che pur essendo stato lanciato nel 2006 è ancora fermo a circa tre milioni di download contro gli oltre sedici milioni di WooCommerce.



Figura 2.1 – Il grafico di *BuiltWith* (wpaz.it/172) che mostra la diffusione di WooCommerce rispetto ad altre soluzioni per il commercio elettronico, dicendo sulla porzione di grafico è possibile anche visualizzare le tendenze nel tempo.

Altri plugin gratuiti, come eShop o Jigoshop, sono nati più di recente e difficilmente riusciranno a ritagliarsi un seguito altrettanto ampio, proprio in virtù dell'evoluzione costante che caratterizza WooCommerce.

Come tutti i plugin di questo tipo, WooCommerce si presenta in forma gratuita (Figura 2.2) ma offre tutta una serie di componenti extra a pagamento che vanno a coprire diverse esigenze. Come vedremo nel resto del volume, questi plugin aggiuntivi non sono realmente indispensabili per allestire un negozio online completo e funzionante, quindi l'accoppiata di WordPress e WooCommerce è, in teoria, tutto ciò che occorre per sviluppare un sito di e-commerce a costo zero (se si esclude quello dell'hosting Web, anch'esso eventualmente evitabile come vedremo più avanti).

È giusto, a questo punto, fornire le motivazioni per cui WooCommerce è stato scelto come plugin per questo manuale, sottolineandone i diversi vantaggi così come è stato fatto per WordPress.

Extending WordPress

Plugins

- Developer Center

Themes

Mobile

Ideas

Kvetch!

Search Plugins

Search

Popular Tags [More >](#)

- widget (4,916)
- Post (3,078)
- plugin (3,022)
- admin (2,529)
- posts (2,346)
- sidebar (1,892)
- google (1,729)
- twitter (1,680)
- shortcode (1,678)
- images (1,676)
- comments (1,612)
- page (1,609)
- image (1,505)

WooCommerce - excelling eCommerce

WooCommerce is a powerful, extendable eCommerce plugin that helps you sell anything. Beautifully.

[Download Version 2.2.11](#)

[Description](#) [Installation](#) [FAQ](#) [Screenshots](#) [Changelog](#) [Stats](#) [Support](#) [Reviews](#) [Developers](#)

Transform your WordPress website into a thoroughbred eCommerce store. Delivering enterprise-level quality and features, backed by a name you can trust. Say "hello" to the WooCommerce eCommerce plugin.

WooCommerce is built by the experienced folk at WooThemes who also offer premium eCommerce themes and extensions to further enhance your shopfront.

Requires: 3.8 or higher
Compatible up to: 4.1
Last Updated: 2015-1-29
Downloads: 6,002,596

Ratings

☆☆☆☆☆
 4.2 out of 5 stars

5 stars	608
4 stars	74
3 stars	28
2 stars	18
1 stars	129

WooCommerce 2.0
 from WooThemes

WooCommerce

Figura 2.2 – La pagina ufficiale del plugin WooCommerce sul sito di WordPress.org; si notino i numerosi voti favorevoli degli utenti e il numero di download al momento di catturare la schermata.

I vantaggi di WooCommerce

Come ho già fatto per WordPress, proverò a elencare e descrivere i punti di forza di WooCommerce per chiarire i motivi per cui è stato scelto come plugin per aggiungere le funzioni di e-commerce a WordPress in questa nuova guida. È ovvio che molti di questi vantaggi sono riscontrabili anche nel suo diretto concorrente, WP eCommerce, ma come sempre accade, ogni sviluppatore finisce con l'assegnare una preferenza particolare a un singolo strumento piuttosto che a un altro, dopo averne apprezzato le qualità sul campo.

Molti dei punti che qui di seguito mi limiterò a descrivere diventeranno, infatti, sempre più chiari man mano che procederete nello sviluppo del progetto di e-commerce presentato gradualmente nei prossimi capitoli. Ecco, dunque, i pregi di WooCommerce, che imparerete ad apprezzare anche voi man mano che proseguirete nella lettura di questa guida e nella pratica della creazione di un sito di e-commerce:

- Gratuità**
 Per quanto possa sembrare un paradosso il pretendere che uno strumento utilizzato per guadagnare sia fondamentalmente gratuito, è naturale che moltissimi utenti desiderino poter sperimentare senza investire, almeno finché il progetto da sviluppare non comincia a rivelarsi remunerativo. L'aspetto gratuito di WooCommerce non deve tuttavia trarre in inganno, poiché le sue caratteristiche sono altamente professionali. I suoi componenti aggiuntivi, al contrario, hanno dei costi variabili e saranno trattati a fine volume permettendo così a ognuno di valutarne la convenienza alla luce delle caratteristiche e funzionalità offerte.
- Localizzazione perfetta per la lingua italiana**
 La traduzione di WooCommerce per la nostra lingua è pronta per l'uso e viene attivata quasi sempre in modo automatico nel momento in cui lo si installa in un sito WordPress già impostato per l'italiano. Ciò vale sia per l'area amministrativa del sito (backend) sia per quella visualizzata dal pubblico (frontend).
- Compatibilità con i temi**
 Quando un tema professionale dichiara la sua predisposizione all'e-commerce, il plugin menzionato nelle informazioni di compatibilità è inevitabilmente WooCommerce. La ragione di ciò sta nel fatto che questo plugin si è ormai affermato come lo standard *de facto* per la creazione di siti e-commerce con WordPress, grazie alle sue caratteristiche e alla popolarità che queste gli hanno permesso di conquistare.
- Robustezza del codice**
 L'assiduo lavoro degli sviluppatori nel corso degli anni e gli aggiornamenti frequenti e regolari (vedi punto successivo) hanno fatto sì che WooCommerce potesse basarsi su un codice robusto ed efficiente, caratteristica fondamentale in un campo delicato come quello del commercio elettronico.
- Frequenza e regolarità degli aggiornamenti**
 Oltre a garantire una sempre maggiore stabilità e robustezza, un frequente aggiornamento si traduce spesso nell'aggiunta di nuove funzionalità o nel miglioramento di quelle esistenti. Inoltre, la regolarità degli aggiornamenti garantisce la compatibilità con le nuove versioni di WordPress e permette così di tenere aggiornato anche il CMS, guadagnandone in protezione ed efficienza globale del sito.
- Gestione completa dei prodotti**
 Per ogni prodotto è possibile definire, oltre alle informazioni di base, tutta una serie di aspetti aggiuntivi che permettono di configurare aspetti anche complessi, come quelli relativi a caratteristiche specifiche (peso, misura, colore, materiali e così via). Inoltre, è possibile caricare, per ogni singolo prodotto, intere gallerie di immagini oltre a quella principale.
- Ricchezza di funzioni predefinite**
 Alcune funzionalità, come la possibilità di far recensire i prodotti al pubblico oppure l'uso di coupon per gli sconti, sono già presenti nel plugin nonostante sia gratuito. Vi capiterà di ricorrere all'acquisto di plugin aggiuntivi solo per esigenze particolari, ma sarete stupiti dal numero di funzionalità già messe a disposizione dal momento in cui WooCommerce verrà installato e attivato.
- Integrazione perfetta con WordPress**
 L'installazione e l'utilizzo di WooCommerce non limita in alcun modo lo sviluppo e la gestione delle caratteristiche di WordPress relative alla creazione di siti e blog e dei relativi contenuti, anzi molti dei temi professionali compatibili con WooCommerce offrono esattamente le stesse caratteristiche di quelli sviluppati per i siti standard, comprese quelle per la creazione di un blog interno. In questo modo è possibile sviluppare siti completi e altamente professionali dove l'aspetto commerciale diventa complementare a quello del branding, curandone i contenuti e favorendo così l'indicizzazione da parte dei motori di ricerca e la fidelizzazione da parte del pubblico.
- Intuitività dell'interfaccia amministrativa**
 Le impostazioni di WooCommerce sono organizzate in modo chiaro e intuitivo, il che rende molto facile e rapido familiarizzare con tutte le opzioni e configurare il plugin secondo le proprie esigenze. Il fatto che siano ben tradotte in italiano, inoltre, rende il tutto ancora più semplice da utilizzare.
- Ampia disponibilità di componenti aggiuntivi**
 Il numero di plugin commerciali disponibili per WooCommerce è in continua crescita e riesce a coprire quasi ogni esigenza immaginabile, permettendo così a chiunque di ampliare le funzionalità del proprio sito di e-commerce senza essere costretto a ingaggiare degli sviluppatori per creare delle funzioni ex novo.
- Strumenti di analisi e statistiche**
 WooCommerce offre di serie diverse funzioni con cui analizzare l'andamento del proprio negozio online, basate sugli ordini e sui clienti. In questo modo è possibile avere un quadro sempre aggiornato ed efficace delle attività del negozio, impostando di conseguenza le strategie di vendita nel tempo.

Anche se non è menzionato fra i punti appena elencati, un altro importante motivo per cui scegliere WooCommerce è dato dalla serietà del team di sviluppo e dell'azienda che lo ha creato e lo gestisce. WooThemes (Figura 2.3) è nota da tempo per i suoi temi professionali, fra cui diversi dedicati espressamente a WooCommerce (e gratuiti in alcuni casi, come vedremo più avanti), e il suo team si rivela sempre disponibile anche nell'assistenza.

Woo THEMES Themes Plugins WooCommerce Support Blog Contact Login Sign Up Cart

WordPress Themes, Plugins & eCommerce

The ultimate WordPress toolkit.

SIGN UP FOR A FREE ACCOUNT
Gain access to our free themes & plugins

Woo COMMERCE
eCommerce for WordPress

Add powerful shop facilities to your WordPress website with our free eCommerce plugin. Powering over 17% of all online shops, WooCommerce helps you sell anything. Beautifully.

MORE ABOUT WOOCOMMERCE

<input type="checkbox"/>		Name	Stock	Price
<input type="checkbox"/>		Woo Ninja	In stock	£20.00
<input type="checkbox"/>		Ninja Silhouette	In stock	£20.00
<input type="checkbox"/>		Ship Your Idea	In stock	£20.00
<input type="checkbox"/>		Premium Quality	In stock	£20.00

Ninja Silhouette
Shirts
£20.00
Add
★★★★★
1 review

Figura 2.3 – La home page del sito di WooThemes.com, dove è possibile scaricare oltre a WooCommerce anche diversi temi dedicati e gratuiti, oppure acquistare temi e plugin commerciali.

La presenza di un'azienda affermata alle spalle di un componente, tema o plugin che sia, garantisce prima di tutto la qualità dello stesso ma anche e soprattutto una continuità nel tempo che mette al sicuro da situazioni come l'improvvisa cessazione degli aggiornamenti o l'impossibilità di correggere eventuali problemi riscontrati dagli utenti.

Nel momento in cui decidete di sviluppare un sito e-commerce abbinando WordPress e WooCommerce dovete verificare che lo spazio Web scelto abbia i requisiti minimi necessari per ospitare e far funzionare entrambi.

In teoria anche un hosting Web economico possiede le caratteristiche di base necessarie al funzionamento di un e-commerce di questo tipo. Tuttavia, per un sito che dovrà essere operativo a tutti gli effetti è sempre utile affidarsi a soluzioni di hosting che possano quantomeno essere ampliate per mezzo di un upgrade delle caratteristiche e per le quali sia presente un'assistenza efficiente e puntuale cui ricorrere in caso di dubbi o necessità particolari.

I due paragrafi che seguono vi permetteranno, rispettivamente, di conoscere le caratteristiche necessarie per l'installazione e il funzionamento di WordPress e del plugin WooCommerce.

Requisiti per WordPress

In generale qualunque server in grado di gestire Apache e MySQL può ospitare un'installazione funzionante di WordPress, una caratteristica comune alla stragrande maggioranza degli hosting oggi disponibili.

Ciò che è importante è che le versioni di Apache e di MySQL siano abbastanza aggiornate da risultare compatibili con la versione di WordPress utilizzata, informazione di cui potete accertarvi sul sito ufficiale del CMS alla pagina Requirements (wpaz.it/159) (Figura 3.1).

The screenshot shows the WordPress.org website's 'Requirements' page. At the top, there's a navigation bar with links like 'Showcase', 'Themes', 'Plugins', 'Mobile', 'Support', 'Get Involved', 'About', 'Blog', and 'Hosting'. A search bar is also present. The main content area is titled 'Requirements' and includes a sidebar with links to 'Intro', 'Requirements', 'Features', 'Testimonials', 'History', 'Books', 'Swag', 'Logos and Graphics', 'Fan Art', 'Contact', 'Domains', 'GNU Public License', and 'Privacy Policy'. The main text states: 'To run WordPress your host just needs a couple of things: PHP version 5.2.4 or greater, MySQL version 5.0 or greater.' It also mentions that Apache or Nginx are recommended servers. A section titled 'Why not the latest, greatest, bleeding edge versions?' explains that older versions of PHP and MySQL are more stable. Another section 'Ask for it' provides a template letter to a host: 'I'm interested in running the open-source WordPress <http://wordpress.org/> blogging software and I was wondering if my account supported the following: PHP 5.2.4 or greater, MySQL 5.0 or greater.'

Figura 3.1 – La pagina che elenca i requisiti minimi per l'utilizzo della versione più recente di WordPress, visualizzabile sul sito ufficiale del CMS, WordPress.org.

Oltre a una versione aggiornata del server Apache e del sistema di gestione dei database MySQL, è opportuno che l'hosting impiegato permetta l'utilizzo del modulo `mod_rewrite` di Apache, in quanto quest'ultimo consente a WordPress di creare degli indirizzi statici per le pagine del sito, contribuendo così a una migliore indicizzazione da parte dei motori, come vedremo più avanti. Per verificare con certezza la presenza di questo modulo, potete interpellare il provider prima dell'acquisto dello spazio Web.

Ecco, quindi, un breve riepilogo dei requisiti fondamentali e consigliati per l'installazione e il funzionamento di WordPress, così come presentati sul sito ufficiale al momento di scrivere ovvero in corrispondenza della versione 4.x di WordPress:

- PHP
Indispensabile. Necessaria versione 5.2.4 o successiva.
- MySQL
Indispensabile. Necessaria versione 5.0 o successiva.
- modulo `mod_rewrite` di Apache
Non indispensabile ma consigliato.

nota

Anche se WordPress funziona, in teoria, su qualunque server in grado di gestire Apache e MySQL, e di conseguenza, oltre a quelli con sistema operativo Linux, anche i server basati su Windows, è capitato che questi ultimi abbiano presentato degli inconvenienti nell'amministrazione del CMS. Vi consiglio quindi di orientarvi sempre verso hosting Web basati su server con sistema operativo Linux. Il sistema operativo presente sul server non è un elemento visibile durante l'utilizzo del CMS e dell'hosting, di conseguenza non è necessario avere alcuna competenza riguardo a esso a meno di non dover gestire un server dedicato, compito che generalmente spetta a un tecnico specializzato e quasi mai all'utente finale del sito.

Nel paragrafo successivo vedremo quali requisiti aggiuntivi sono necessari per utilizzare, invece, anche il plugin WooCommerce in abbinamento a WordPress e sviluppare un sito e-commerce perfettamente funzionante.

Requisiti per WooCommerce

Oltre alle caratteristiche già elencate per WordPress, l'utilizzo di WooCommerce potrebbe richiedere la presenza di una serie di caratteristiche aggiuntive sul server Web scelto, ma, come vedremo, queste sono strettamente legate alla presenza di metodi di pagamento diretti ovvero non mediati da piattaforme esterne "sicure" e di alcuni plugin opzionali per WooCommerce.

Per un utilizzo di base come quello descritto in questo volume, quindi, potete anche ignorare i requisiti elencati qui di seguito, per quanto gli ultimi due potrebbero risultare necessari in un secondo momento, nel caso decidiate di estendere le funzionalità di WooCommerce con plugin che utilizzino tali caratteristiche:

- Supporto `fsockopen`
Necessario per i pagamenti diretti (per es. con PayPal) nelle transazioni online, permette l'accesso al sistema di notifica istantanea dei pagamenti (IPN gateway).
- Certificato SSL
Necessario per i pagamenti diretti che avvengono internamente al sito (per es. con carte di credito ma senza la mediazione di servizi esterni come PayPal).

Libreria cURL

Richiesta da alcuni plugin aggiuntivi.

Libreria SOAP

Richiesta da alcuni plugin aggiuntivi.

nota

Come sempre, la presenza di caratteristiche come quelle appena elencate è verificabile con l'aiuto del provider, quindi è consigliabile inviare una richiesta di informazioni elencando appunto tali requisiti e facendosi confermare la loro disponibilità di serie o quantomeno opzionale all'interno del servizio di hosting che si sta per acquistare.

Come già precisato all'inizio di questo capitolo, la maggior parte degli hosting attualmente disponibili in Italia e all'estero offrono sicuramente i requisiti di base necessari per il funzionamento di WordPress e di WooCommerce, quindi sono adatti per seguire quanto descritto nelle guide passo a passo presenti nelle prossime pagine e sviluppare un sito e-commerce di base. Per progetti più complessi, che richiedono l'utilizzo di caratteristiche come quelle descritte nella parte finale del libro e legate a specifici plugin aggiuntivi, è consigliabile, invece, verificare la presenza dei requisiti sopra elencati con l'aiuto del fornitore di hosting, prima di acquistare lo spazio Web che ospiterà il sito.

The screenshot shows the DominiOK website interface. At the top, there is a navigation bar with 'Nuovo utente?' and 'Carrello'. The main header features the 'DominiOK' logo with the tagline 'world wide domains name registration', an 'Assistenza OFFLINE' badge, and a login area with a 'Login' button and a 'Dati di accesso persi?' link. Below the header is a menu with categories: 'Ricerca domini', 'Trasferimenti', 'VPS', 'Piani Hosting', 'Hosting gratis', and 'Rivenditori'. The main content area is titled 'Registrazione Domini Internet' and is divided into three search options: 'Ricerca domini', 'Ricerca avanzata', and 'Ricerca specifica'. The 'Ricerca domini' section includes a search box with 'www.' and a 'CERCA' button, and a list of popular domain extensions: .it, .eu, .com, .net, .org, .biz, .info, .co, .me, .name, .tv, .fm, .mobi, .ws, .website. The 'Ricerca avanzata' section has checkboxes for 'Generici (.com .net .info ecc.)', 'America (.us .ca .vg, ecc.)', 'Asia (.cn .jp .tw ecc.)', 'Europa (.it .de .ch ecc.)', 'Oceania (.cc .ws .tv ecc.)', and 'Africa (.ac .dz .cd ecc.)'. The 'Ricerca specifica' section is currently empty. On the right side, there is a table titled 'Domini registrabili' with columns for 'Europa', 'Generici', 'America', 'Africa', 'Oceania', and 'Asia'. The table lists various countries and their corresponding domain extensions and prices in Euros.

Europa	Generici	America	Africa	Oceania	Asia	
Albania	.AL					49.00 €
Andorra	.AD					399.00 €
Austria	.AT					20.50 €
Belgio	.BE					8.99 €
Bielorussia	.BY					179.00 €
Bosnia e Herz.	.BA					129.00 €
Bulgaria	.BG					109.00 €
Catalogna	.CAT					49.99 €
Cipro	.CY					169.00 €
Croazia	.HR					129.00 €
Danimarca	.DK					14.99 €

Figura 3.2 – Il provider DominiOK, per il quale è disponibile un codice sconto nella parte finale del libro, offre tutte le caratteristiche necessarie per ospitare un sito e-commerce con WordPress e WooCommerce, anche nei pacchetti hosting più economici. Per alcune caratteristiche è necessaria una richiesta via ticket oppure, nel caso dell'SSL, l'acquisto del relativo servizio ed eventualmente di un indirizzo IP fisso.

Ci sono diversi modi per installare WordPress all'interno di uno spazio Web, ma le due modalità principali sono quella manuale e quella automatica.

Nel primo caso, sarà necessario predisporre appunto manualmente i due elementi fondamentali che permettono l'installazione, ovvero un database MySQL vuoto e l'insieme di cartelle e file del CMS all'interno dello spazio di hosting. Nel secondo caso, basterà seguire una procedura guidata che si occuperà di predisporre i due elementi e avviare l'installazione, fornendo a completamento di quest'ultima i dati d'accesso all'area amministrativa.

In questo capitolo saranno esposte entrambe le modalità di installazione, cominciando con quella manuale e prendendo in considerazione anche le eventuali varianti.

Caricamento dei file di WordPress

Per installare manualmente WordPress all'interno di uno spazio Web è necessario prima di tutto procurarsi l'insieme di cartelle e file che costituiscono il CMS e trasferirlo nello spazio Web che ospiterà il sito.

Questo insieme di cartelle e file può essere scaricato direttamente dal sito ufficiale WordPress.org (Figura 4.1) ed è disponibile anche in una versione già configurata per la lingua italiana (wpaz.it/007). Il file che contiene il tutto è compresso nel formato ZIP e dovrà quindi essere decompresso prima del trasferimento sullo spazio di hosting, a meno che gli strumenti presenti in quest'ultimo non offrano (come vedremo più avanti) loro stessi delle funzioni di decompressione.

L'archivio compresso appena descritto contiene una cartella chiamata *wordpress* ed è il contenuto di quest'ultima (non la cartella stessa) che dovrà essere collocato all'interno dello spazio di hosting Web in cui dovrà risiedere il sito.

The image shows the official WordPress.org Italia website. At the top, there is a navigation bar with the WordPress logo, the text 'WORDPRESS.ORG Italia', and links for 'Home', 'Contatto', and 'Installazione'. Below this, a large heading reads 'Benvenuto'. A paragraph describes WordPress as a personal publishing platform. To the right, there is a screenshot of the WordPress admin dashboard. At the bottom of the page, a large 'Download' button is visible, labeled 'Download WordPress 4.0.1 .zip — 6.7 MB'.

Figura 4.1 – La pagina ufficiale (wpaz.it/007) da cui è possibile scaricare l'archivio compresso che contiene la versione più recente di WordPress in lingua italiana.

Tale contenuto è formato da una serie di file e da tre cartelle (*wp-admin*, *wp-includes* e *wp-content*), queste ultime a loro volta contenenti varie sotto-cartelle, che nel loro insieme permettono a WordPress di funzionare dopo l'installazione.

Nel momento in cui si acquista un hosting Web, oppure quest'ultimo viene assegnato gratuitamente acquistando e registrando il nome di dominio associato, si ricevono dal fornitore (*provider*) le coordinate per accedere a tale spazio.

L'accesso allo spazio di hosting può essere di due tipi: attraverso un pannello Web oppure via FTP, e in quest'ultimo caso i dati d'accesso forniti dal provider andranno inseriti in un programma *client* che permetta il trasferimento di cartelle e file da e verso uno spazio Web. Fra i client FTP più popolari troviamo *FileZilla* e *Cyberduck* (vedi nota seguente), entrambi molto intuitivi e affidabili oltre che gratuiti.

nota

Il client FTP FileZilla può essere scaricato dal sito filezilla-project.org, mentre Cyberduck è scaricabile dal sito cyberduck.io. Sono entrambi gratuiti e disponibili sia in versione Windows sia per Mac OSX. Quando si cercano in Rete programmi come questi, occorre prestare attenzione al sito da cui si effettua il download, preferendo quello ufficiale dello sviluppatore ed evitando altri siti "generalisti" o poco noti, in quanto questi ultimi possono farvi scaricare e installare programmi adware inutili o addirittura dannosi.

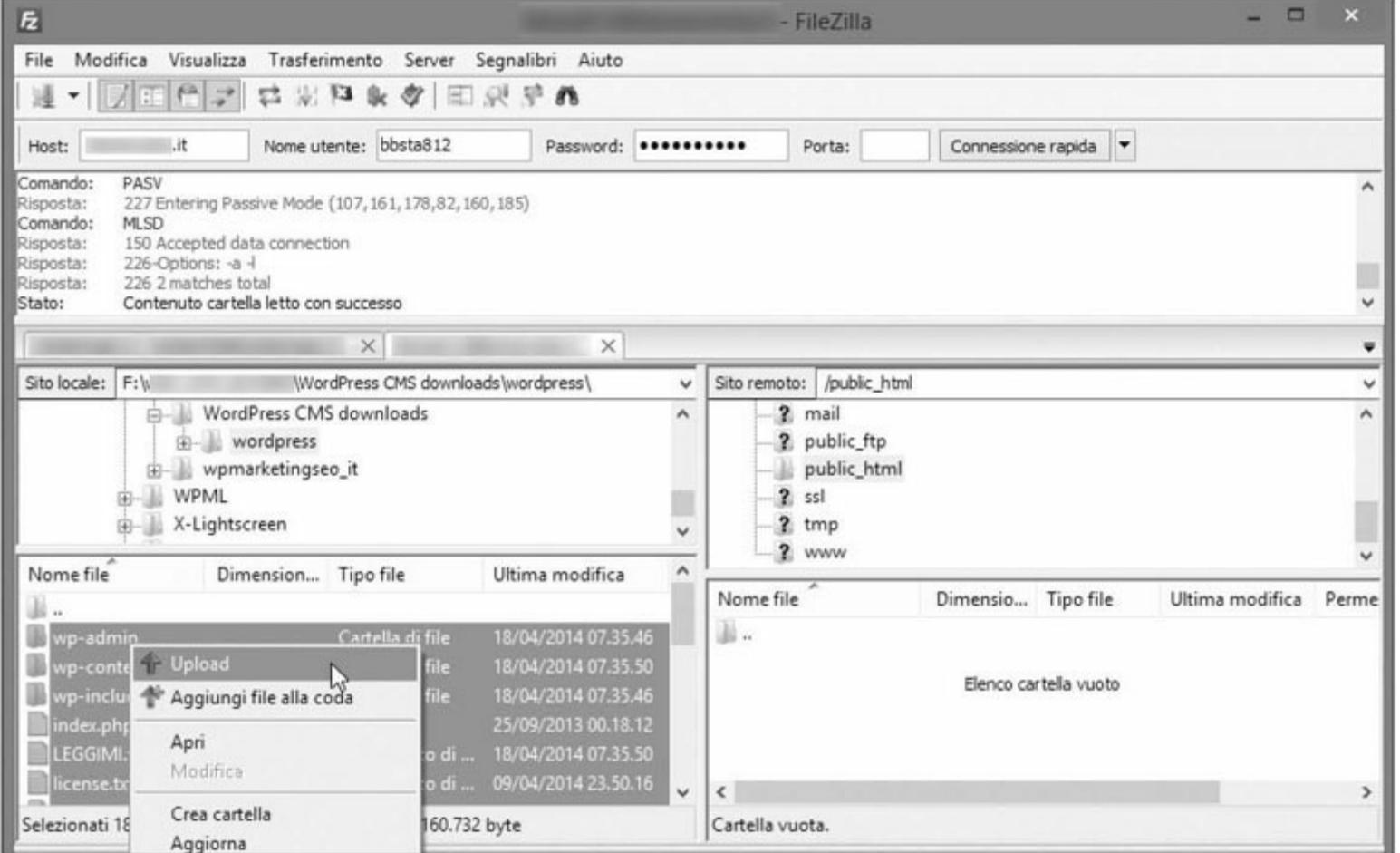


Figura 4.2 – Un trasferimento delle cartelle e file di WordPress dal computer allo spazio Web con il client FTP FileZilla; si noti nella metà inferiore dell’immagine la finestra a sinistra relativa alla cartella locale e quella a destra corrispondente allo spazio remoto che ospiterà il sito. Nella parte superiore, invece, sono visibili i tre campi in cui vanno digitati i dati d’accesso (host, nome utente e password).

Il trasferimento via FTP di cartelle e file di WordPress con un programma come FileZilla (Figura 4.2) è molto semplice, in quanto una volta avviato il software basta inserire, all’interno dei tre campi predisposti, i dati d’accesso corrispondenti all’indirizzo del sito, al nome utente e alla password così come forniti dal provider e avviare la connessione con l’apposito pulsante. Se non ci sono stati errori nel digitare i dati d’accesso o nel collegamento, lo spazio remoto sarà visualizzato nella relativa finestra e potrete trascinarvi al suo interno le cartelle e i file di WordPress oppure avviare il trasferimento, dopo aver selezionato il tutto, con il comando Invia (Upload) che compare cliccando con il tasto destro del mouse sugli elementi selezionati.

Nel caso di Cyberduck, invece, la procedura di trasferimento è limitata al trascinamento delle cartelle e dei file in una finestra unica, corrispondente allo spazio Web remoto, il che potrebbe risultare ancora più intuitivo per i meno esperti.

Una volta copiate le cartelle e i file di WordPress nello spazio di hosting Web, non rimane che procurarsi i dati relativi al database MySQL, anche questi forniti dal provider, e comunicarli a WordPress come vedremo nelle prossime pagine.

Database e installazione manuale

Quando si acquista un hosting compatibile con WordPress, il database MySQL può essere già pronto oppure sarà possibile crearlo utilizzando gli strumenti presenti nel pannello di hosting fornito dal provider.

Nella prima ipotesi, il provider potrebbe richiedere l’acquisto separato del database, come nel caso di *Aruba.it*, inviando poi i relativi dati d’accesso così come ha già fatto con quelli di hosting. La maggior parte dei fornitori di hosting include tuttavia nel pacchetto la possibilità di creare un numero limitato o illimitato di database, ottenendo così direttamente nella fase di creazione i dati da passare a WordPress durante l’installazione.

nota

I dati di accesso al database MySQL sono quattro: nome del database, nome dell’utente che lo gestisce e relativa password, indirizzo dell’host (generalmente “localhost”, ma in alcuni casi può essere nella forma mysql.nomedominio oppure un indirizzo numerico). Talvolta il nome dell’utente e del database possono coincidere.

Una volta che avrete ottenuto le informazioni d’accesso al database, non vi resta che digitare nel browser l’indirizzo del sito: se avete copiato correttamente tutte le cartelle e i file di WordPress, sarà visualizzata una schermata (Figura 4.3) introduttiva contenente alcune istruzioni e, in basso, il pulsante che avvia l’installazione.

Cliccando sul pulsante si accede alla prima delle due schermate d’installazione vera e propria (Figura 4.4), dove sarà necessario inserire le quattro informazioni relative al database MySQL. La schermata contiene anche un campo dove è possibile personalizzare il prefisso che WordPress utilizzerà per le tabelle del database (vedi nota successiva) ed è sempre consigliabile sostituire quello predefinito (*wp_*) con un’altra combinazione di lettere ed eventualmente numeri.

nota

Il database MySQL serve a WordPress per memorizzare tutte le impostazioni e i contenuti (testi, link, riferimenti a contenuti multimediali ecc.) ed è pertanto un elemento fondamentale per il funzionamento del sito. I dati vengono memorizzati all’interno di tabelle dal nome specifico e accomunate da uno stesso prefisso che nell’impostazione predefinita è “wp_” (è consigliabile cambiarlo per questioni di sicurezza, come vedremo più avanti).



Benvenuti in WordPress. Prima di iniziare occorrono alcune informazioni sul database. Prima di procedere occorre conoscere i seguenti elementi.

1. Nome del database
2. Nome utente del database
3. Password del database
4. Host del database
5. Prefisso tabelle (se si desidera eseguire più WordPress con un solo database)

Stiamo per utilizzare queste informazioni per creare un file `wp-config.php`. Se per qualsiasi motivo questa creazione automatica di file non dovesse funzionare non ti preoccupare. Tutto quello che devi fare è compilare i parametri del database su un file di configurazione. >Puoi anche semplicemente aprire il file `wp-config-sample.php` in un editor di testo, riempirlo con le informazioni in tuo possesso e salvarlo col nome `wp-config.php`. Serve altro aiuto? Eccolo.

Con ogni probabilità, queste informazioni sono già state fornite dal proprio fornitore di hosting. Se non si dispone di queste informazionioccorrerà contattare il fornitore prima di poter proseguire. Se invece si è pronti...

Iniziamo!



Di seguito puoi inserire i dettagli di connessione al database. Se non sei sicuro dei dati da inserire contatta il tuo fornitore di hosting.

Nome database	<input type="text" value="wordpress"/>	Il nome del database che si vuole utilizzare con WP
Nome utente	<input type="text" value="nomeutente"/>	Nome utente MYSQL
Password	<input type="text" value="password"/>	...è la password MySQL.
Host del database	<input type="text" value="localhost"/>	Se localhost non funziona, si dovrà ottenere questa informazione dal proprio fornitore di hosting.
Prefisso tabella	<input type="text" value="wp_"/>	Modificare questa voce se si desidera eseguire più installazioni di WordPress su un singolo database.

Invia



Figura 4.3 – La schermata introduttiva che precede l’installazione di WordPress; si noti l’elenco delle informazioni necessarie per consentire l’accesso al database e, in basso, il pulsante che avvia la procedura di installazione.

Figura 4.4 – La prima delle due schermate di installazione di WordPress, con i campi in cui inserire le informazioni d’accesso al database e il campo dove si ha la possibilità di rinominare il prefisso delle tabelle.

Una volta compilati i campi presenti nella prima schermata è possibile inviarli a WordPress affinché li memorizzi (vengono scritti nel file `wp-config.php`) cliccando sul pulsante **Invia**: una schermata successiva confermerà con un breve messaggio la conclusione della prima fase e permetterà, cliccando sul pulsante **Esegui e installa**, di proseguire con la seconda e ultima fase dell’installazione.

Nella seconda schermata di installazione sono presenti nuovi campi in cui andranno digitati, nell’ordine: il titolo del sito, il nome utente dell’amministratore, la sua password (da digitare due volte) e il suo indirizzo e-mail (Figura 4.5). Quest’ultimo deve essere scelto con cura, in quanto sarà utilizzato per consentire l’azzeramento della password d’accesso, qualora venga smarrita o dimenticata, e per inviare messaggi d’avviso all’amministratore. L’amministratore è colui che ha il controllo completo sull’area di gestione del CMS (*backend*) ed è quindi il primo utente, e spesso l’unico, cui viene assegnato l’accesso all’area interna del sito.

Servono delle informazioni

Prima di iniziare, abbiamo bisogno di alcune informazioni. Non preoccuparsi, si potrà sempre cambiarle in seguito.

Titolo sito

Nome utente

I nomi utenti possono essere composti solo da caratteri alfanumerici, spazi, sottolineature, trattini, virgole e il segno@

Password, due volte

Sarà generata una password automaticamente se verrà lasciato vuoto questo campo.

Indicatore di forza (della password)

Suggerimento: La password dovrebbe essere lunga almeno sette caratteri. Per renderla più resistente utilizza lettere maiuscole e minuscole, numeri e simboli come ! " ? \$ % ^ & ;).

Tua e-mail

Controlla attentamente l'indirizzo e-mail prima di continuare.

Privacy

Permetti ai motori di ricerca di indicizzare questo sito.

Installa WordPress

Figura 4.5 – La seconda schermata di installazione dove WordPress richiede l'inserimento del titolo da assegnare al sito (è possibile modificarlo successivamente) e i dati d'accesso da assegnare all'amministratore (nome utente, password e indirizzo e-mail); si noti in basso la casella di spunta che permette di impostare la visibilità del sito ai motori di ricerca.

In fondo a questa schermata, prima del pulsante che permette di confermare i dati inseriti e avviare la parte conclusiva dell'installazione, trovate una casella spuntata che abilita la visibilità del sito, ovvero permette ai motori di indicizzarlo: nel caso vogliate mantenere la privacy del sito finché non lo avete sviluppato, è opportuno togliere la spunta a tale casella per poi riattivare in seguito tale opzione attraverso le impostazioni disponibili nel backend di WordPress a fine lavoro.

Cliccando sul pulsante visualizzato nella parte bassa della pagina, l'installazione viene completata e un messaggio di conferma, visualizzato nella schermata immediatamente successiva, accompagna un pulsante di accesso (*login*) all'area amministrativa del sito, corrispondente all'indirizzo *namedominio/wp-admin*, che potrà quindi essere utilizzato in seguito per gestire il sito (Figura 4.6).

Nel paragrafo successivo daremo uno sguardo alla procedura di installazione automatizzata di WordPress, nella quale il database viene creato e associato automaticamente.



Figura 4.6 – La schermata per l’inserimento dei dati d’accesso (nome utente e password) all’area amministrativa di WordPress; si noti in basso il link per la richiesta di assistenza nel caso la password venga dimenticata.

Installazione automatica

Gli hosting Web più comodi e completi sono quelli che offrono il popolare ambiente di gestione *cPanel*, ricco di funzionalità e soprattutto adatto tanto ai principianti quanto agli utenti più esperti. In Italia questo genere di servizio è presente, per esempio, nell’hosting di DominiOK.it mentre all’estero lo ritroviamo in provider come *HostGator.com* (nelle ultime pagine del libro è presente un link per ottenere dei codici sconto utilizzabili con entrambi questi provider).
Fra i pannelli di strumenti presenti nell’interfaccia di *cPanel*, infatti, troviamo quello che contiene un software chiamato *Softaculous Apps Installer* (o semplicemente *Softaculous*): cliccando sulla sua icona si accede a una schermata (Figura 4.7) dove è possibile installare vari CMS e applicazioni Web in modo completamente automatico. Fra questi, naturalmente, è presente anche WordPress.

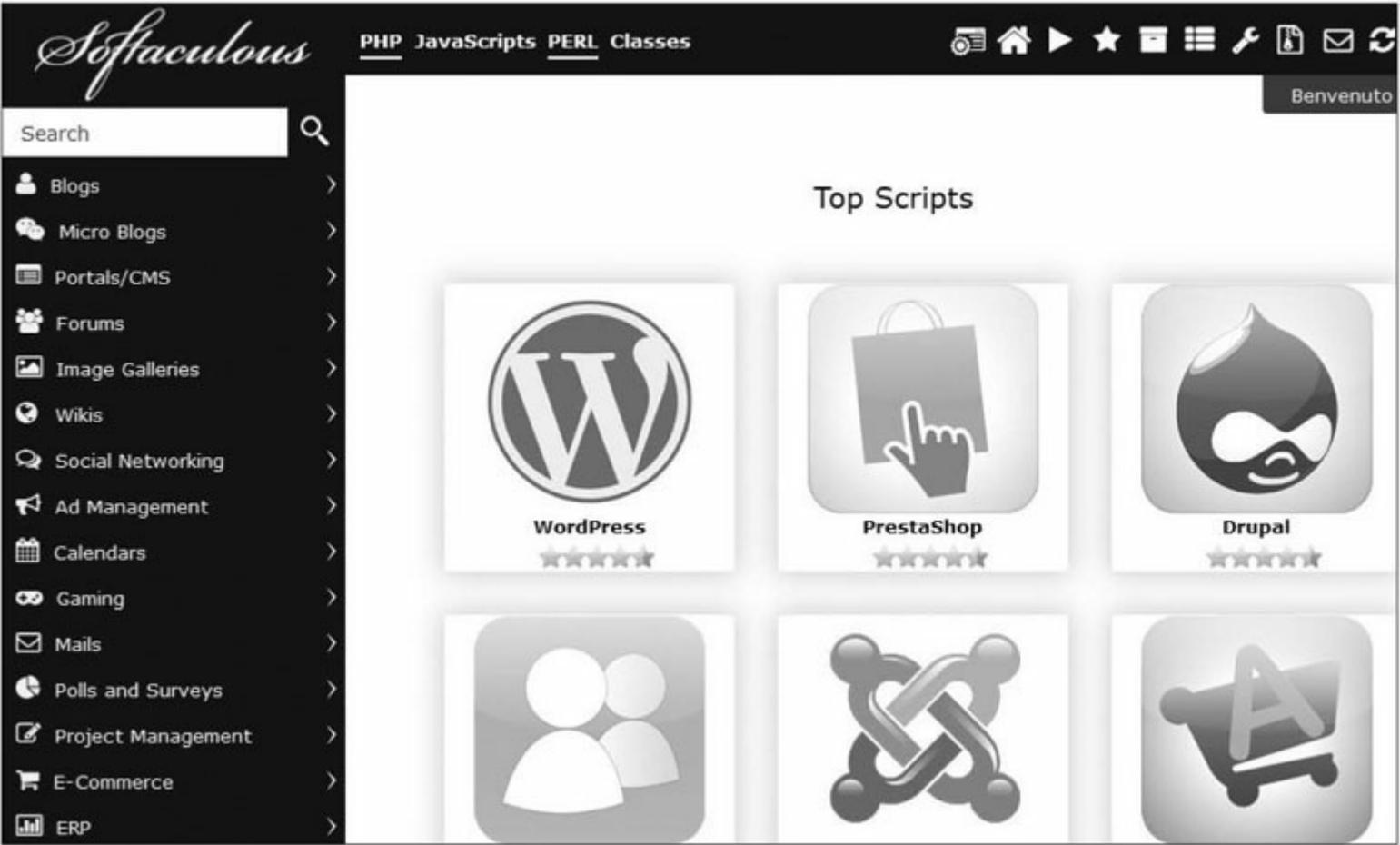


Figura 4.7 – La schermata principale di Softaculous, raggiungibile cliccando sull’icona dello strumento omonimo presente fra quelli inclusi nell’interfaccia di gestione dell’hosting *cPanel*; si noti il logo di WordPress cliccando sul quale è possibile installare il CMS in modo automatico.

Cliccando sulla voce Install che compare sul logo di WordPress al passaggio del puntatore del mouse, si accede alla schermata (Figura 4.8) dove è possibile inserire tutti i parametri necessari per avviare l'installazione automatizzata di WordPress, che comprende anche la creazione del database e il suo collegamento al CMS. Le varie voci da selezionare e compilare sono accompagnate da istruzioni abbastanza chiare, ma proverò a riassumervele per illustrarle ancora meglio.

Nel riquadro Impostazioni del software si selezionerà prima di tutto il protocollo, che normalmente va lasciato su <http://www> ma va invece modificato con <https://www> qualora sia stato aggiunto il certificato SSL all'hosting del proprio sito. Di seguito un menu permette di scegliere su quale dominio andrà installato WordPress, ma anche questo va in genere lasciato invariato a meno di situazioni particolari come la presenza di più domini sullo stesso hosting oppure di sotto-domini del dominio principale.

WordPress
Versione : 4.0.1 Release Date : 20-11-2014 [Changelog](#)

[Installa](#) [Panoramica](#) [Caratteristiche](#) [Screenshots](#) [Demo](#) [Valutazioni](#) [Recensioni](#) [Importa](#)

Impostazioni del Software

Choose Protocol
If your site has SSL, then please choose the HTTPS protocol.

Scegli il Dominio
Scegli il dominio su cui installare il software.

Nella Cartella
La cartella è relativa al tuo dominio e **non deve ancora esistere**. Ad esempio, per installare su [http://mydomain/ dir/](http://mydomain/dir/), indicare soltanto **dir**. Per effettuare l'installazione su <http://mydomain/> lasciare il campo in bianco.

Nome del Database
Inserisci il nome del Database da creare per l'installazione

Database Settings

Table Prefix

Site Settings

Figura 4.8 – La parte iniziale della schermata di configurazione che permette l'installazione di WordPress da Softaculous. Si notino i vari menu e i campi da compilare e, in uno di questi ultimi, la cartella d'installazione predefinita, che di solito va disattivata cancellando il contenuto del relativo campo.

Il campo seguente contiene il nome dell'eventuale cartella in cui WordPress sarà installato, quindi va svuotato qualora non si desideri utilizzare sotto-cartelle (ovvero nella stragrande maggioranza dei casi). Infine, l'ultima opzione del riquadro riguarda il nome da assegnare al database MySQL, che può essere ancora una volta lasciato invariato a meno di non volerlo personalizzare per qualche motivo.

Il riquadro successivo, Database Settings, contiene solo il campo dove è possibile personalizzare il prefisso delle tabelle del database, operazione che come abbiamo già visto è consigliabile eseguire.

Nel riquadro Site Settings potrete invece definire il titolo e il sotto-titolo (motto) del sito, impostazioni che è comunque possibile modificare anche dopo l'installazione usando la voce Generali del menu Impostazioni nell'area amministrativa del CMS. L'opzione Enable Multisite va utilizzata solo nei (rari) casi in cui si vuole creare un'installazione di WordPress che preveda la presenza di più siti sullo stesso dominio, quindi potete lasciarla senza spunta.

Nel riquadro Admin Account vanno inseriti i dati d'accesso (nome utente e password) e l'e-mail dell'amministratore del sito, con la possibilità di generare una password sicura cliccando sull'icona a forma di chiave visualizzata a destra del campo relativo. Se digitata manualmente, la password sarà valutata con un punteggio di sicurezza per guidare l'utente nella scelta di quella più adatta. Fate attenzione ad assegnare un indirizzo email valido all'amministratore del sito, poiché come sempre sarà utilizzato per tutte le operazioni, fra cui il ripristino della password di accesso nel caso venga dimenticata.

Nel riquadro Choose Language (Figura 4.9) è possibile selezionare la lingua di WordPress, mentre nei riquadri successivi possono essere opzionalmente attivati e selezionati eventuali plugin e temi.

Choose Language

Select Language

English



Select Plugins

Limit Login Attempts

Limit the number of login attempts for your WordPress installation.

If selected Limit Login Attempts plugin will be installed and activated with your installation.

Click [here](#) to visit plugin site.



+ Advanced Options

+ Select Theme

Search

Note: This is optional. If not selected, the default theme will be installed

Refresh

MahutolisMagazine

Eino

Gameliso Magazine

Figura 4.9 – Gli ultimi riquadri della schermata di configurazione di Softaculous; si noti l'opzione che permette di installare e attivare il plugin *Limit Login Attempts*, che aggiunge una protezione contro i tentativi di accesso non autorizzato effettuati con la tecnica del cosiddetto "attacco a forza bruta" dai pirati informatici.

Particolarmente utile è l'opzione a fondo pagina, che permette di inviare i dati di accesso a uno specifico indirizzo e-mail, garantendovi di avere un promemoria di tali preziose informazioni.

Una volta che avrete configurato la vostra installazione, potrete avviarla usando il pulsante a fine pagina, ottenendo come sempre la conferma e potendo quindi procedere direttamente al login per cominciare a lavorare con WordPress.

nota

Qualunque sia la modalità di installazione scelta, al termine della stessa potrete accedere con le vostre credenziali di amministratore e gestire ogni aspetto del CMS. Nelle pagine che seguono scoprirete come muovere i primi passi nella creazione di contenuti per WordPress e dare forma al vostro sito pubblicandone le pagine, scegliendo il tema per la grafica e poi proseguendo con la creazione della parte e-commerce.

Uno dei vantaggi derivanti dall'utilizzare un CMS come WordPress, è quello di poter mantenere separato il lavoro sui contenuti da quello relativo alla grafica e alla struttura del sito. Obiettivo di questo capitolo, infatti, è proprio di spiegarvi come creare rapidamente e facilmente contenuti statici e dinamici per il vostro sito, prima di pensare alla forma che quest'ultimo dovrà assumere.

Prima di cominciare, tuttavia, è giusto chiarire a chi non conoscesse ancora tale definizione, che per contenuti "statici" si intendono di solito le tradizionali pagine di un sito Web, mentre l'attributo "dinamici" si riferisce a quella parte dei contenuti che varia nel tempo, arricchendosi e aggiornandosi periodicamente.

WordPress suddivide i due tipi di contenuto riferendosi al primo con il nome di "pagine" e al secondo come "articoli" ("post" in inglese). Come vedremo più avanti, per quanto le modalità di creazione dei due tipi di contenuto siano identiche, essi differiscono per alcune caratteristiche e per il modo in cui sono presentati nel sito.

nota

Nonostante la suddivisione fra "pagine" e "articoli", questi ultimi saranno visualizzati in ogni caso come "pagine del sito", in quanto tali in un'ottica di pubblicazione Web. Ciò che cambia realmente fra i due tipi di contenuto è la modalità di consultazione da parte dell'utente quando esplora il sito: le pagine avranno di solito un collegamento univoco e individuale all'interno del menu di navigazione, mentre gli articoli saranno visualizzati in archivi (cronologici, per categorie, ecc.) ed eventualmente sotto forma di anteprima nella pagina principale del sito o all'interno di un'area laterale o a fondo pagina.

Cominceremo subito con la creazione delle pagine statiche, essendo un contenuto di più semplice e immediata realizzazione, dopodiché affronteremo gli articoli sottolineandone le differenze rispetto alle pagine stesse.

Introduzione al backend di WordPress

Appena effettuato l'accesso all'area amministrativa di WordPress, vi troverete di fronte a due aree ben distinte: quella a sinistra contiene un elenco di tutte le diverse funzionalità del CMS, mentre a destra viene visualizzata la schermata corrispondente alla funzionalità attualmente selezionata e di conseguenza attiva (Figura 5.1). Cliccando su una delle voci del menu verticale visualizzato a sinistra, questa sarà espansa e potrete selezionare una delle opzioni corrispondenti; queste ultime possono essere selezionate anche semplicemente passando il puntatore del mouse sulla voce principale. Qualunque sia la modalità utilizzata, una volta cliccata la voce scelta, visualizzerete a destra, nell'area principale, tutte le relative opzioni.

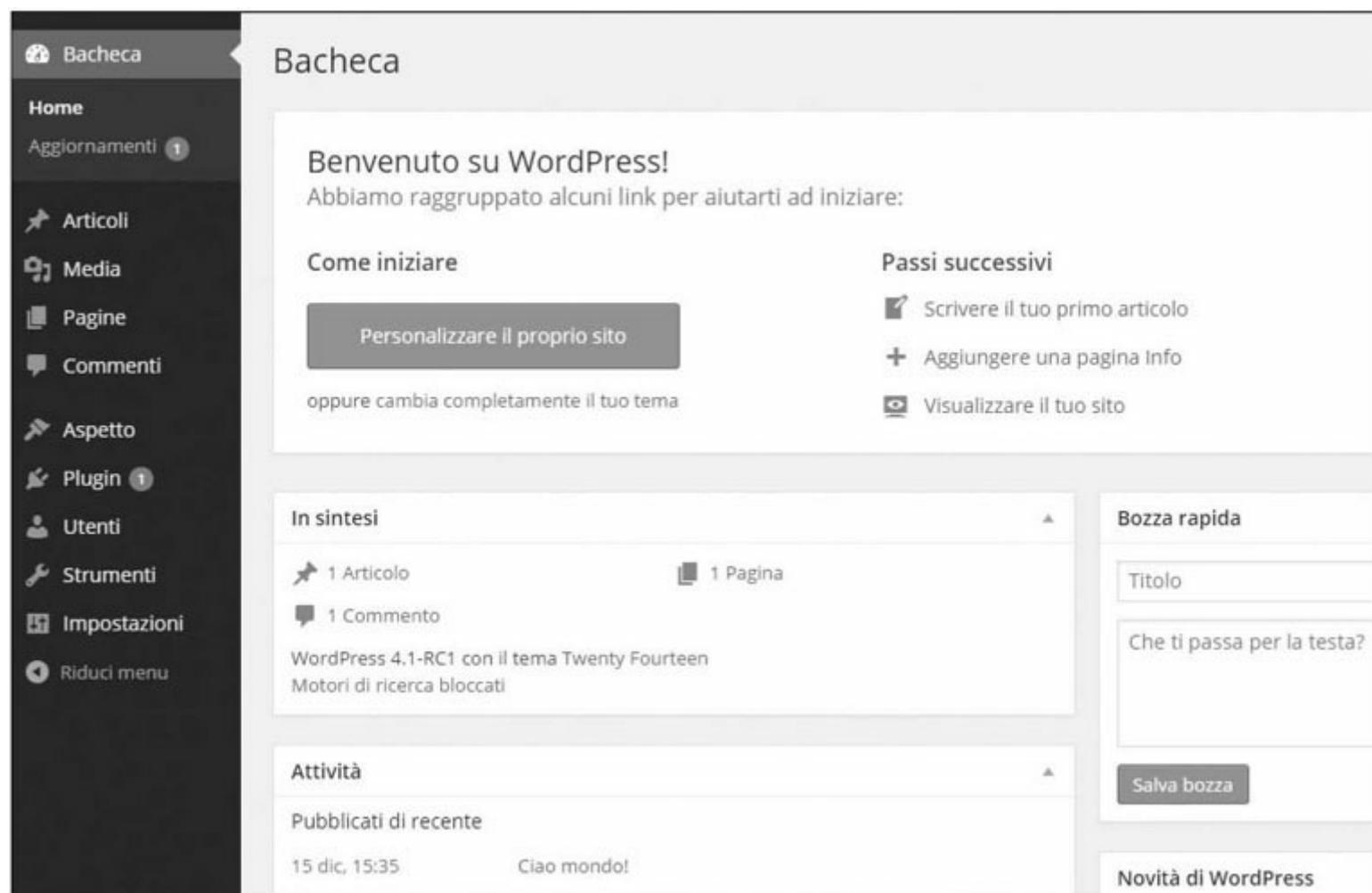


Figura 5.1 – La schermata principale dell'area amministrativa di WordPress; si noti a sinistra l'elenco delle funzioni disponibili e, a destra, l'area correntemente attiva.

Ecco una panoramica veloce delle voci disponibili, il cui nome suggerisce già chiaramente la relativa funzione:

- **Bacheca**
Contiene la schermata principale (Home) del pannello amministrativo, in cui trovate una panoramica di informazioni e funzioni rapide sul sito, e una schermata che invece raccoglie le segnalazioni degli aggiornamenti disponibili e permette di applicarli.
- **Articoli**
Permette di elencare e creare gli articoli (post) e le relative categorie ed etichette (tag), di cui parleremo più avanti nel capitolo.
- **Media**
Permette di elencare e caricare immagini e altri file multimediali (all'interno della Libreria) e definirne gli attributi.
- **Pagine**
Permette di elencare e creare le pagine del sito.
- **Commenti**
Contiene gli strumenti per il monitoraggio e la gestione dei commenti.
- **Aspetto**
Contiene tutte le funzionalità legate all'estetica e alla struttura del sito.
- **Plugin**
Permette di caricare, attivare e disattivare le estensioni di WordPress, per aggiungere nuove funzionalità a quelle di base del CMS.

Utenti

Permette di creare nuovi utenti e gestire i profili di quelli esistenti, compreso l'amministratore.

Strumenti e Impostazioni

Da queste due voci è possibile configurare gli aspetti di base di WordPress e le funzionalità introdotte con l'installazione dei plugin.

Molte funzioni di WordPress possono essere attivate con modalità alternative a quella principale appena descritta, usando per esempio le voci presenti nella "barra di amministrazione" visualizzata nella parte alta dello schermo, oppure i link presentati di volta in volta nell'area principale a destra, come vedremo fra poco.

Nelle pagine che seguono avrete modo di utilizzare e familiarizzare con diverse funzionalità fra quelle elencate, acquisendo in tal modo l'esperienza necessaria per procedere autonomamente in seguito, anche se la consultazione di un manuale specifico sul CMS è sempre consigliata.

Prima di procedere con la creazione di pagine e articoli, tuttavia, è importante agire su una delle impostazioni più importanti che in genere seguono l'installazione di WordPress, ovvero quella dei permalink. Cliccando su *Impostazioni* → *Permalink* visualizzerete la schermata che permette di definire il formato che WordPress utilizzerà per ogni URL, originariamente basato su una forma poco comprensibile ai visitatori del sito e ai motori di ricerca, ovvero *?p=xxx* dove *xxx* è il codice univoco assegnato alla pagina o all'articolo visualizzati.

Cliccate semplicemente sulla voce *Nome articolo* per attivare il pallino di conferma alla sua sinistra e cambiare questa impostazione, rendendo più comprensibile l'URL (Figura 5.2), e confermate infine la nuova configurazione cliccando sul pulsante *Salva le modifiche*.



Figura 5.2 – Le impostazioni dei permalink in WordPress. Si notino i diversi formati con la selezione attiva su *Nome articolo*, che visualizza appunto il titolo della pagina o dell'articolo invece del codice numerico predefinito.

Creazione delle pagine

Cliccando su *Pagine* → *Aggiungi nuovo* oppure, nella barra superiore, su *Nuovo* → *Pagina* avvierete il processo di creazione di una pagina, visualizzando una schermata che contiene diversi pannelli (Figura 5.3).

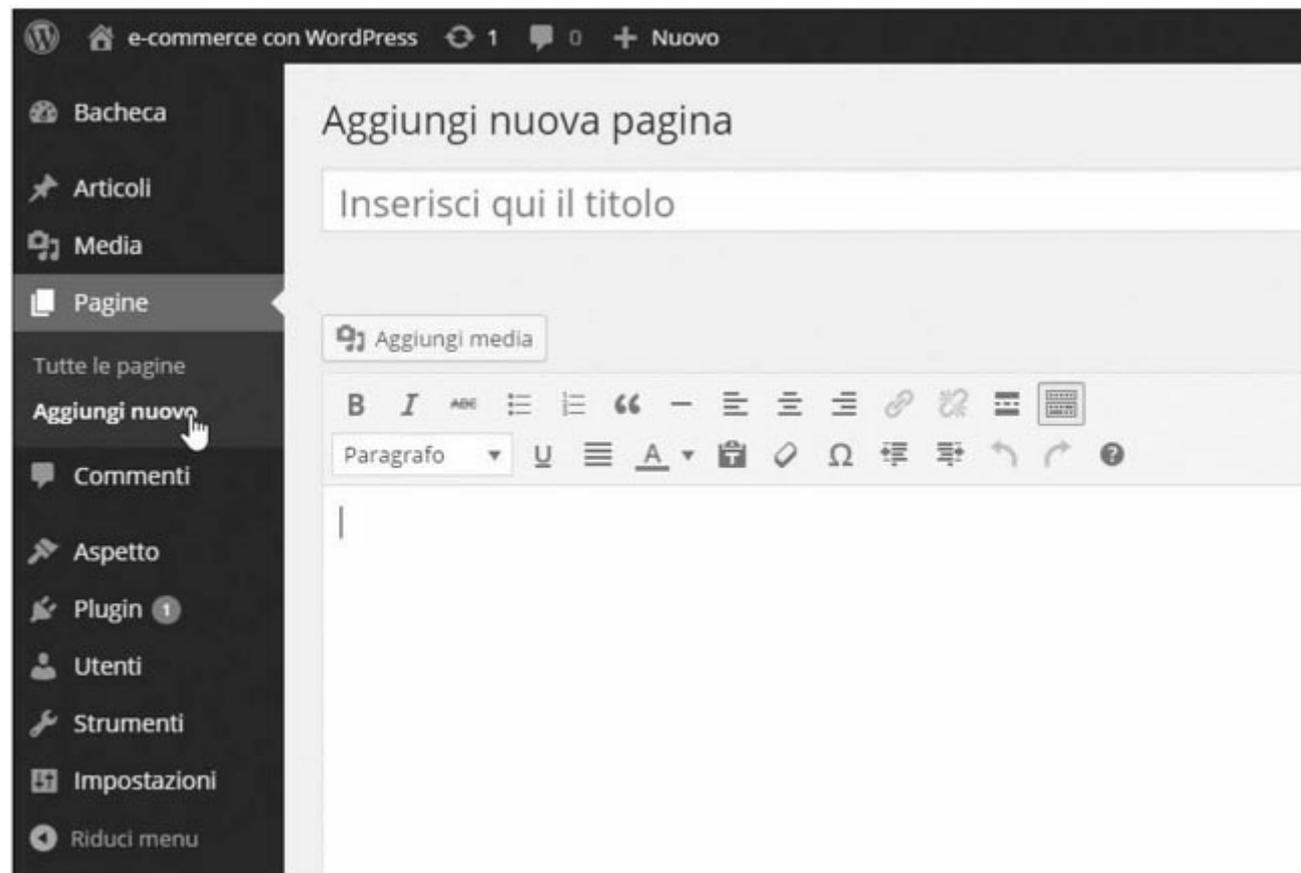


Figura 5.3 – La fase di creazione di una nuova pagina usando la voce *Aggiungi nuovo* del menu *Pagine*; si notino i due riquadri per l'inserimento del titolo e del contenuto e gli strumenti di composizione.

nota

Il riquadro per la creazione dei contenuti di WordPress è dotato di due diverse file di strumenti, ma può capitare che al primo accesso sia visualizzata solo quella superiore: per visualizzare anche l'altra, basta cliccare sull'ultimo strumento della fila superiore. Oltre che digitare il testo, è possibile incollarlo dopo averlo copiato da un'altra fonte, per es. un programma di videoscrittura come Microsoft Word; in genere è consigliabile attivare lo strumento contenente una piccola "T" a sinistra di quello a forma di gomma per cancellare, in quanto "ripulisce" il testo prima di incollarlo, eliminando eventuali caratteri di controllo non idonei, inseriti accidentalmente perché presenti nella fonte da cui è stato copiato il testo.

Fra il riquadro del titolo e quello del contenuto è presente il pulsante **Aggiungi media**, che permette di inserire un'immagine (o altro contenuto multimediale) nel punto in cui è posizionato il cursore, scegliendo un elemento fra quelli già caricati nella **Libreria** oppure caricandolo al momento dal computer. Le immagini potranno essere allineate rispetto al testo oppure posizionate su una riga separata usando le opzioni presenti nella **Libreria** e nei pulsanti che compaiono sull'anteprima dell'immagine una volta inserita nel testo definendo anche le dimensioni e il collegamento associato all'immagine visualizzata (per es. alla rispettiva versione a dimensioni originali se si tratta di una miniatura). L'allineamento delle immagini può essere impostato sia in fase di inserimento sia, successivamente, cliccando sulla foto e selezionandolo (Figura 5.4).

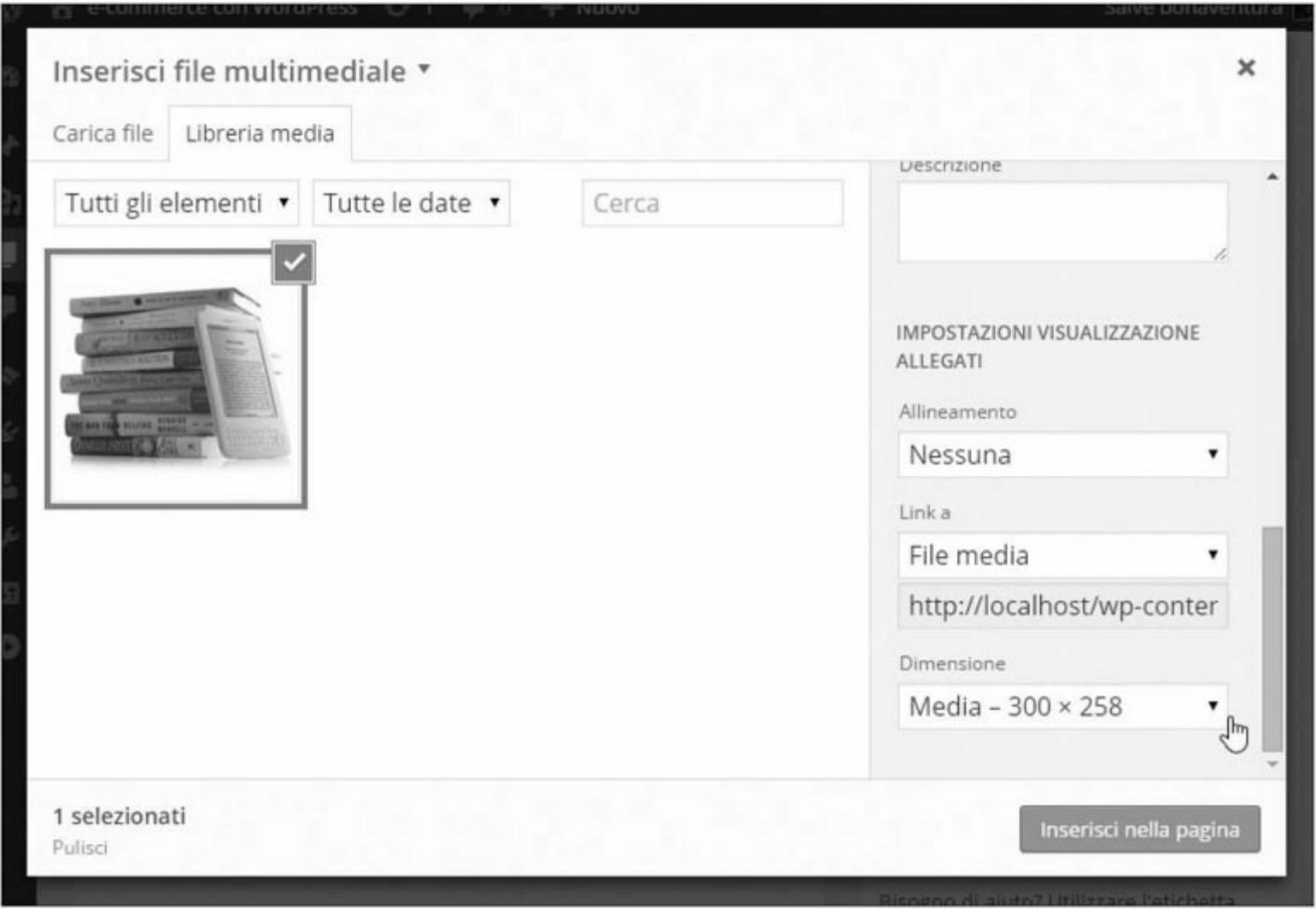


Figura 5.4 – La schermata della Libreria durante la fase di inserimento di un'immagine; si notino a destra le opzioni per il suo allineamento e collegamento.

Una volta che avrete composto il contenuto della pagina, potrete pubblicarla direttamente con il pulsante **Pubblica** presente nel pannello visualizzato a destra del riquadro di composizione (Figura 5.5) oppure salvarla temporaneamente come bozza con **Salva bozza**. In qualsiasi momento potrete visualizzare un'anteprima della pagina usando il pulsante **Anteprima** oppure, se l'avete appena salvata o pubblicata, il link che compare sopra il titolo insieme al messaggio di conferma dell'operazione appena effettuata.

Le pagine pubblicate saranno automaticamente aggiunte al menu di navigazione principale di WordPress, il quale potrà in seguito essere personalizzato usando l'apposita funzione del pannello di amministrazione, come spiegato nell'ultimo paragrafo di questo capitolo.

Modifica pagina

Aggiungi nuovo

Impostazioni schermata

Aiuto

Bozza pagina aggiornata. Anteprima pagina

Inserisci qui il titolo

Permalink: http://localhost/?page_id=6

Modifica Permalink

Visualizza pagina

Aggiungi media

Visuale

Testo



Testo della pagina, è possibile usare stili come **grassetto**, *corsivo*, sottolineato e molti altri.



Pubblica

Salva bozza

Anteprima

Stato: **Bozza** [Modifica](#)

Visibilità: **Pubblico** [Modifica](#)

[Pubblica subito](#) [Modifica](#)

Sposta nel cestino

Pubblica

Attributi pagina.

Genitore

Pagina base

Modello

Figura 5.5 – L'area di composizione del contenuto di una pagina con a destra il pannello contenente i pulsanti e le opzioni per la pubblicazione; si noti in alto il messaggio visualizzato subito dopo il salvataggio della bozza, seguito dal link per la visualizzazione dell'anteprima.

nota

Per visualizzare un'anteprima del sito durante il lavoro con WordPress, basta digitare il suo indirizzo nel browser oppure utilizzare la voce "Visualizza sito" disponibile in alto a sinistra cliccando sul titolo del sito visualizzato nella barra di amministrazione superiore, mentre ci si trova nel backend di WordPress. Cliccando ancora sul nome del sito nella barra, si accederà di nuovo all'area di amministrazione.

Per eliminare la pagina di esempio che compare insieme alle altre nel menu del sito (Figura 5.6) basta selezionare **Pagine** dall'area di amministrazione e, posizionandosi col puntatore del mouse sulla voce corrispondente alla pagina nell'esempio, cliccare su **Cestina**.

nota

Le pagine e gli articoli cestinati possono essere recuperati così come avviene con i file di un computer, a meno che non si decida di cancellarli definitivamente con l'apposito link. Inoltre, ogni pagina e ogni articolo hanno uno storico delle modifiche effettuate nel tempo, gestito sotto forma di revisioni, che possono quindi essere confrontate e ripristinate all'occorrenza.

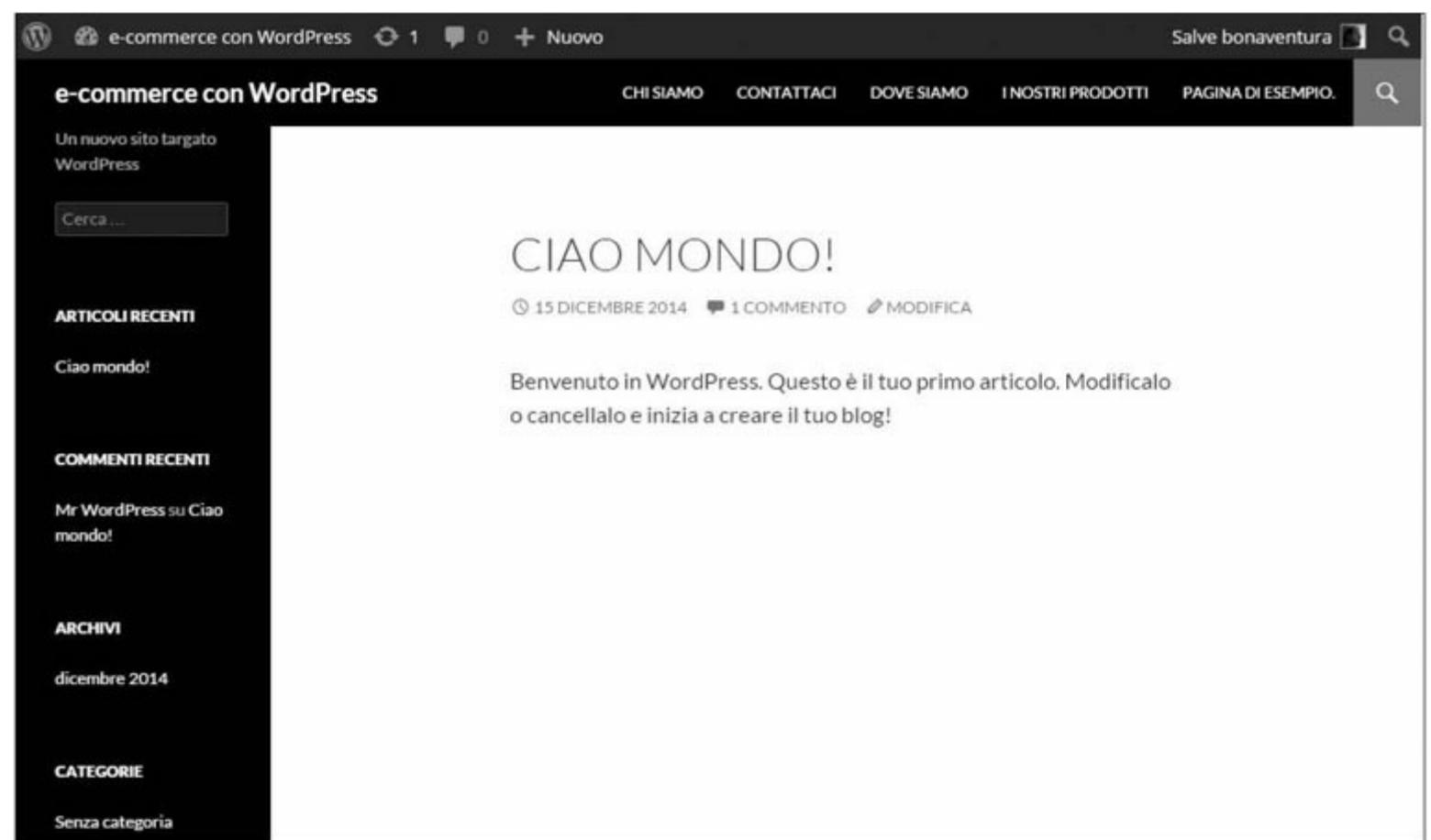


Figura 5.6 – L’anteprima del sito subito dopo la creazione di alcune pagine; si notino queste ultime aggiunte come voci di menu e fra queste la pagina di esempio predefinita di WordPress, che di solito va cestinata se non si decide di modificarla per i propri obiettivi.

Anche l’articolo di esempio presente inizialmente in WordPress andrebbe eliminato, ma è prima di tutto importante impostare il sito in modo che visualizzi una pagina statica nella sua Home al posto degli articoli. Questi ultimi, infatti, compaiono perché inizialmente WordPress è impostato in modalità blog. Per cambiare questa impostazione basta cliccare su *Impostazioni* → *Lettura* e utilizzare le opzioni presenti in alto alla voce *La pagina iniziale mostra* per scegliere di visualizzare una pagina statica invece degli ultimi articoli, selezionando la pagina specifica da visualizzare per la home del sito e confermando l’impostazione con il pulsante presente nella parte finale della schermata.

Utilizzando le informazioni fornite in questo paragrafo potrete creare le tradizionali pagine principali del sito (*Chi siamo*, *Contatti* ecc.) così come quelle relative alle modalità di spedizione e pagamento, alle condizioni di vendita, l’informativa sulla privacy e così via.

nota

La pagina dei contatti viene di solito corredata da un modulo (form) per l’invio diretto di messaggi da parte dei visitatori del sito e la maggior parte dei temi professionali prevede già un modello (template) ad hoc. In alternativa è possibile utilizzare plugin appositi, come Contact Form 7, per aggiungere facilmente un form in una pagina standard. Per una guida rapida all’uso di Contact Form 7 potete consultare l’introduzione al plugin “sul sito della Guida Completa” (wpaz.it/936).

Creazione degli articoli

La creazione di articoli in WordPress avviene con le stesse modalità già viste per le pagine, ma trattandosi in questo caso di contenuti dinamici sarà possibile organizzarli, oltre che cronologicamente come avviene in automatico, anche secondo criteri di classificazione basati su categorie ed etichette (tag).

Una volta avviata la creazione di un nuovo articolo con *Articoli* → *Aggiungi nuovo*, infatti, noterete sotto il pannello *Pubblica*, già visto nel caso delle pagine, tre nuovi pannelli: *Formato*, *Categorie* e *Tag* (Figura 5.7). Il primo permette di selezionare uno stile di visualizzazione per il tipo di contenuto (immagine, video, link ecc.) ma generalmente viene lasciato attivo quello standard per il contenuto misto, mentre gli altri due consentono di creare e assegnare categorie ed etichette per organizzare in modo efficace gli articoli e ottenere una migliore navigabilità dei contenuti per gli utenti (e permettere un’indicizzazione più efficace ai motori di ricerca). Categorie e tag possono anche essere create, oltre che gestite, per mezzo delle omonime voci del menu *Articoli* nell’area amministrativa di WordPress.

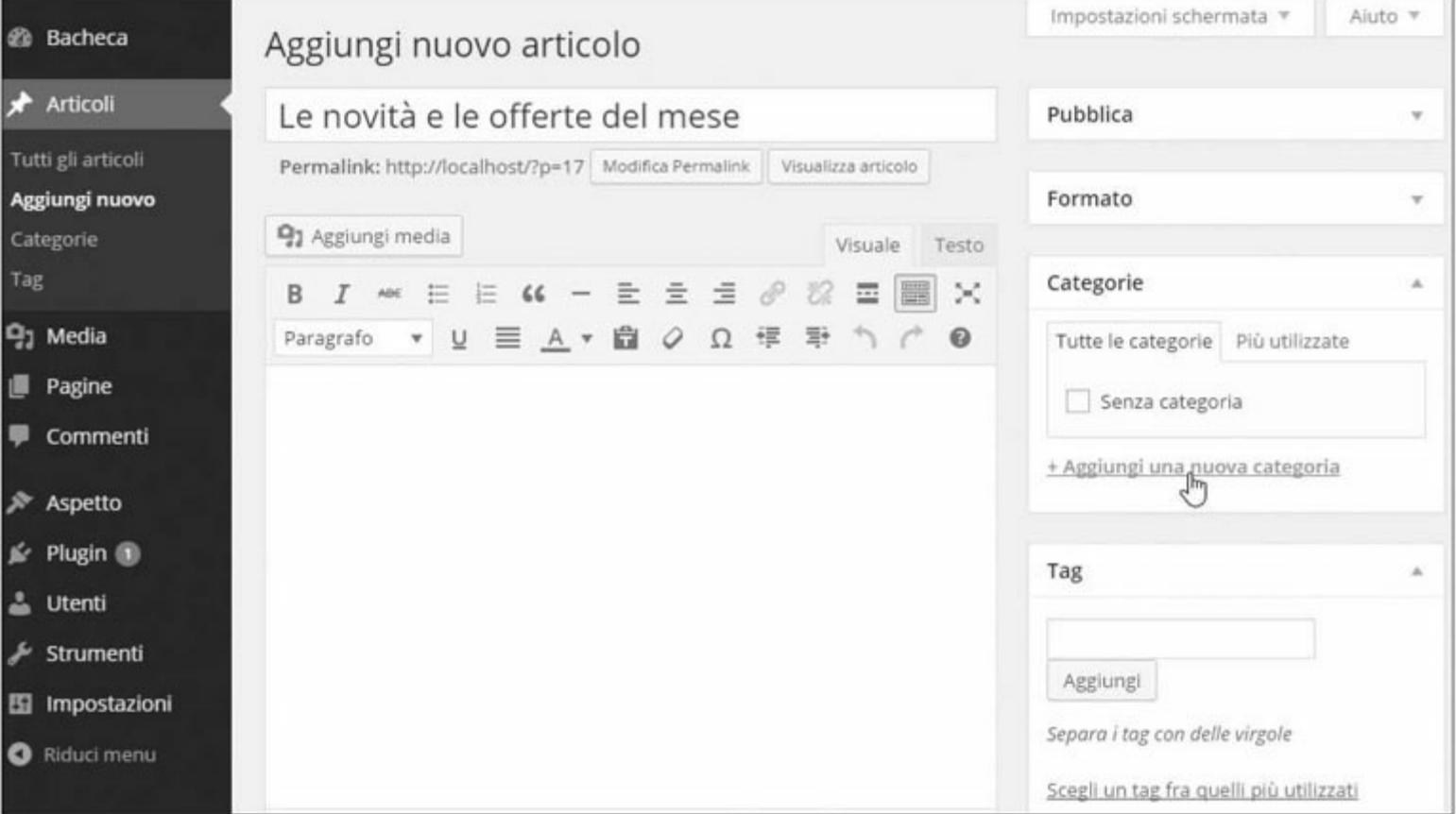


Figura 5.7 – La schermata di creazione di un articolo; si notino i due pannelli aggiuntivi per *Categorie* e *Tag*, assenti per le pagine, sotto i due pannelli contratti *Pubblica* e *Formato* (i pannelli si possono espandere e contrarre con l'icona in alto a destra nella loro barra per ottimizzare l'area di lavoro).

nota

Sull'utilizzo dei formati, delle categorie e dei tag si potrebbero scrivere interi capitoli, ma questo volume non è la sede più idonea. Per chi volesse approfondire consiglio il mio volume "WordPress – Guida Completa" e ovviamente la consultazione del sito wpaz.it.

Gli articoli creati saranno identificati dai cosiddetti "metadati", di cui fanno parte, oltre alla data e ora di creazione e al nome dell'autore, anche le già viste categorie ed etichette. Queste informazioni aggiuntive sono spesso visualizzate dal tema quando questo funziona in modalità blog, che come abbiamo visto è quella predefinita di WordPress, elencando gli articoli cronologicamente dal più recente, spesso sotto forma di anteprima piuttosto che mostrando l'intero contenuto.

L'utilità di avere una sezione *blog o news* all'interno di un sito e-commerce (Figura 5.8) è legata alla fidelizzazione dei clienti oltre che a una maggiore possibilità di indicizzazione e posizionamento da parte dei motori di ricerca, con la possibilità di utilizzare gli articoli anche per promozioni e sconti, evidenziandoli nella home page oppure nelle aree fisse laterali o a piè di pagina. Per creare una pagina generica che visualizzi tutti gli articoli pubblicati, è sufficiente assegnare alla pagina il titolo desiderato (per es. *Blog o News*) e pubblicarla senza alcun contenuto, includendola poi nel menu del sito come spiegato nel prossimo paragrafo.

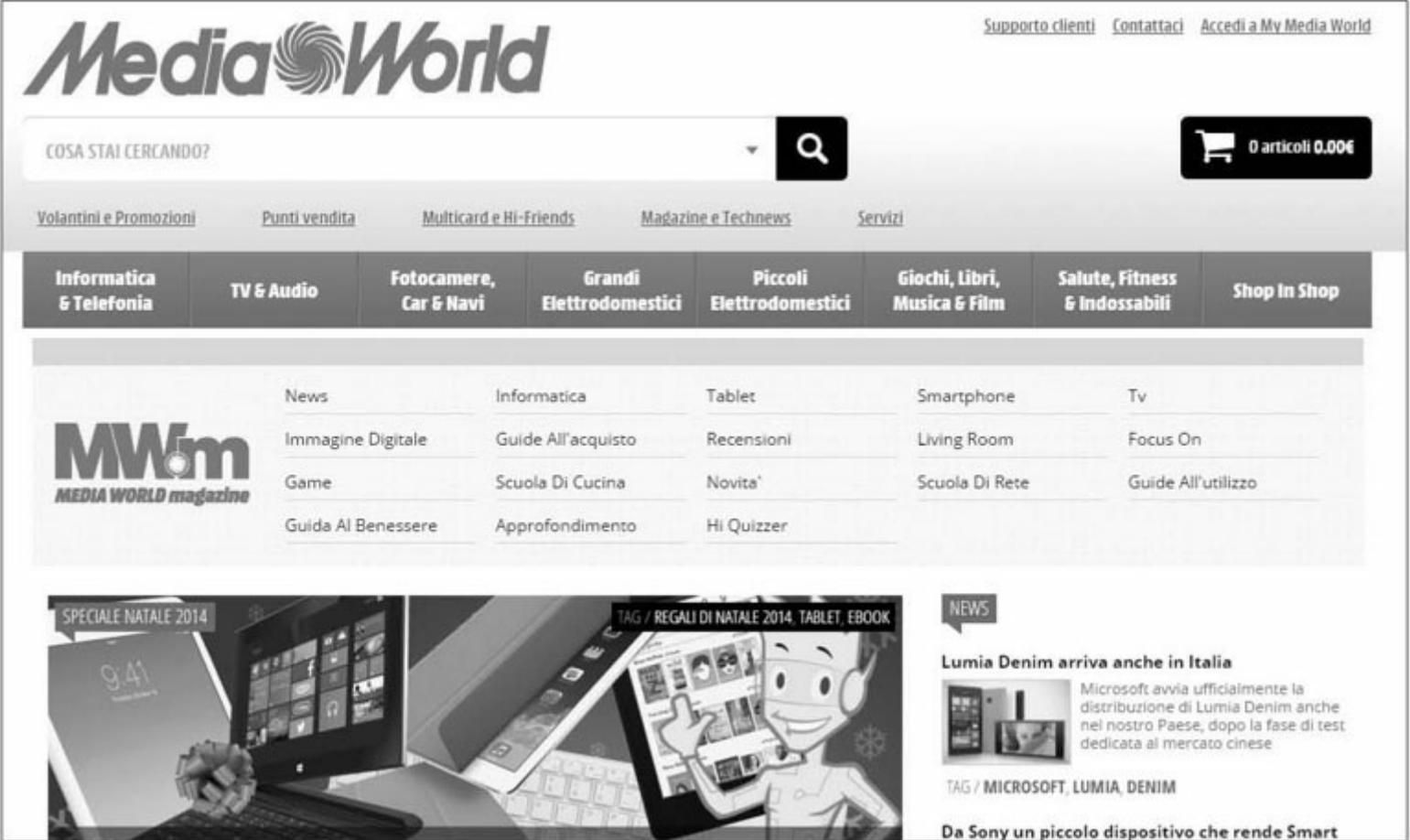


Figura 5.8 – La sezione blog del sito di MediaWorld; si notino sotto il menu del sito le numerose categorie specifiche di articoli che accompagnano quella generica delle news e l'utilizzo di tag negli articoli (visibile nella prima delle news a destra).

Per gli articoli, ma soprattutto per le pagine, è possibile disattivare lo spazio riservato ai commenti del pubblico. Per eliminare la possibilità di commentare, dovrete prima di tutto visualizzare l'elenco delle pagine o degli articoli già creati, cliccando su *Pagine* → *Tutte le pagine* oppure *Articoli* → *Tutti gli articoli*, quindi selezionare tutti gli elementi elencati cliccando sul riquadro in alto a sinistra, di fianco a *Titolo*. Dal menu *Azioni di gruppo* selezionate quindi *Modifica* e cliccate sul pulsante *Applica* e nel riquadro che compare selezionate infine *Non permettere* dal menu *Commenti* (Figura 5.9), confermando col pulsante *Aggiorna*. Potrete in seguito modificare eventuali nuove pagine o articoli anche singolarmente cliccando su *Modifica rapida* sotto il loro titolo nell'elenco e usando lo stesso menu.

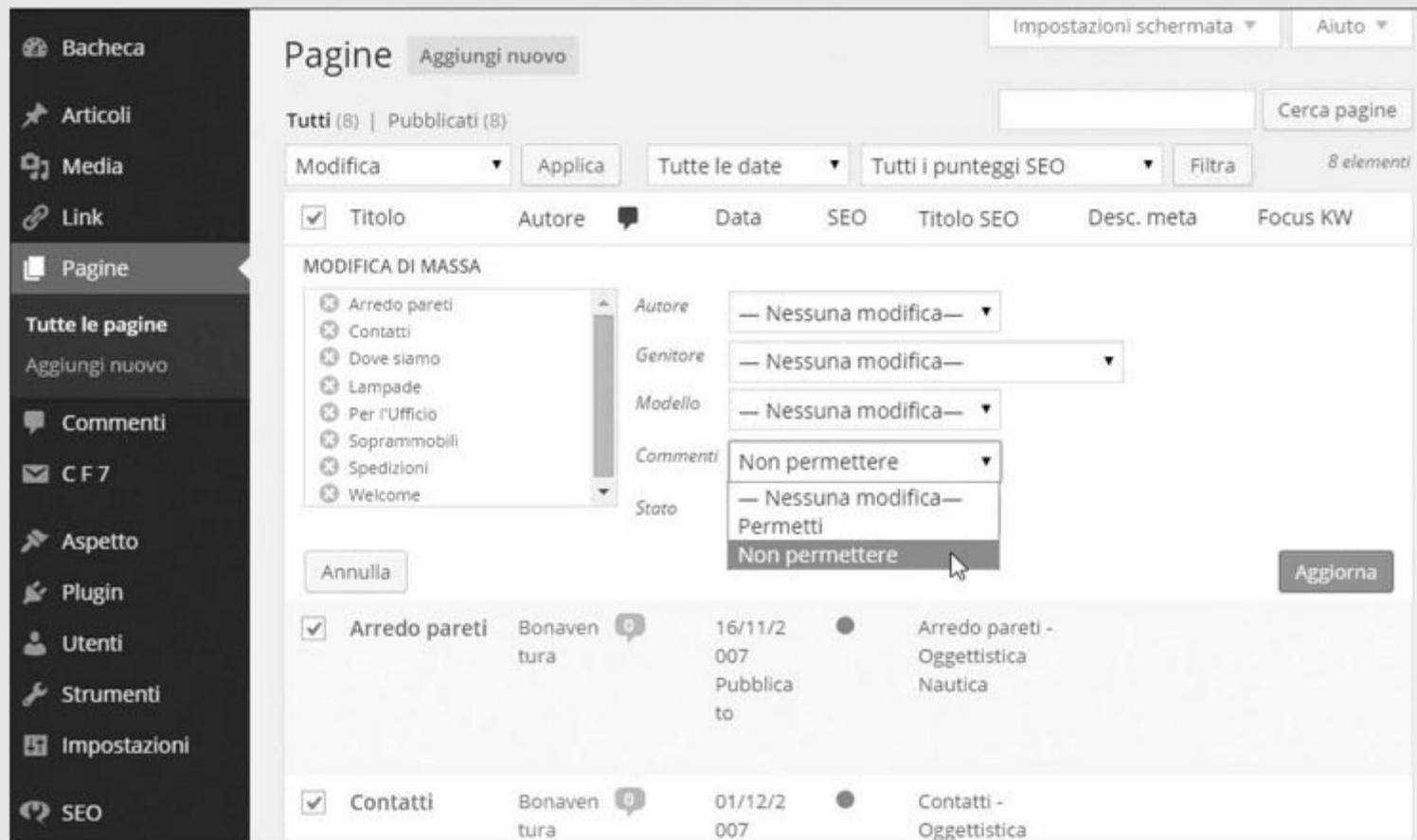


Figura 5.9 – L’operazione di modifica su più pagine per disattivare i commenti su quelle già create; si noti il segno di spunta in alto a sinistra di fianco a *Titolo*, per selezionare tutte le pagine dell’elenco e il menu *Commenti* nel riquadro, da cui è stata selezionata l’opzione *Non permettere*, che sarà poi confermata cliccando sul pulsante *Aggiorna*.

Gestione del menu

Prima di illustrare le opzioni che permettono la personalizzazione dei menu in WordPress, è importante precisare che i menu personalizzati vanno assegnati al tema attivo e di conseguenza andranno poi riassegnati qualora si decidesse di cambiare tema. Detto ciò, vediamo brevemente come WordPress ci permette di configurare i menu a nostro piacimento, migliorando in maniera decisiva la navigabilità del sito.

Cliccando su *Aspetto* → *Menu* si accede alla creazione e configurazione del menu principale e degli altri eventuali menu presenti nel tema (Figura 5.10). È proprio il tema utilizzato, come vedremo nel prossimo capitolo, che mette a disposizione eventuali menu aggiuntivi oltre a quello di navigazione principale (“primary menu” in inglese, generalmente rappresentato dalla barra di navigazione orizzontale nella parte alta del tema), lasciandoci decidere se utilizzarli o meno.

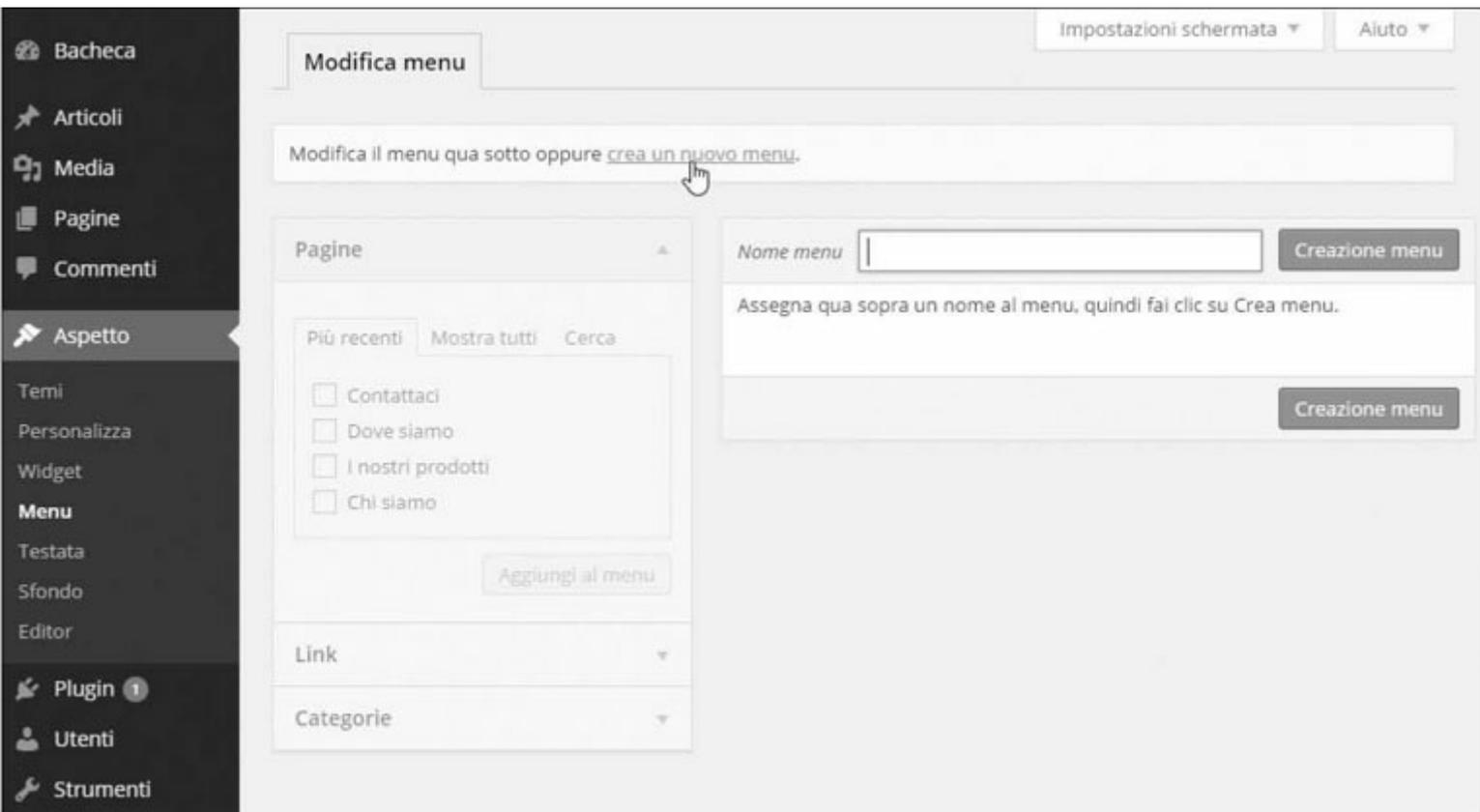


Figura 5.10 – Ecco come si presenta la schermata di configurazione dei menu al primo accesso; si noti il messaggio che invita a creare un nuovo menu e, a sinistra, il pannello con gli elementi da inserire (Pagine, Link, Categorie) che risulta ancora inattivo.

Digitando il nome del menu da creare nel campo Nome menu (per es. *Menu principale*) e cliccando sul pulsante *Creazione menu* alla sua destra, si ottiene l'attivazione dei tre pannelli a sinistra e del riquadro principale in cui andranno collocate le voci di menu corrispondenti alle pagine create (Figura 5.11). Per aggiungere queste ultime basterà selezionarle nei tre riquadri e cliccare sul pulsante *Aggiungi al menu*, per poi trascinarle e disporle nell'ordine desiderato. Una volta definite le voci del menu sarà necessario selezionare a quale di quelli disponibili andrà associato, usando le caselle di spunta in corrispondenza dell'opzione *Posizione del tema* in basso e cliccare infine sul pulsante *Salva menu* per confermare il tutto. In seguito potrete modificare ulteriormente il menu salvato.

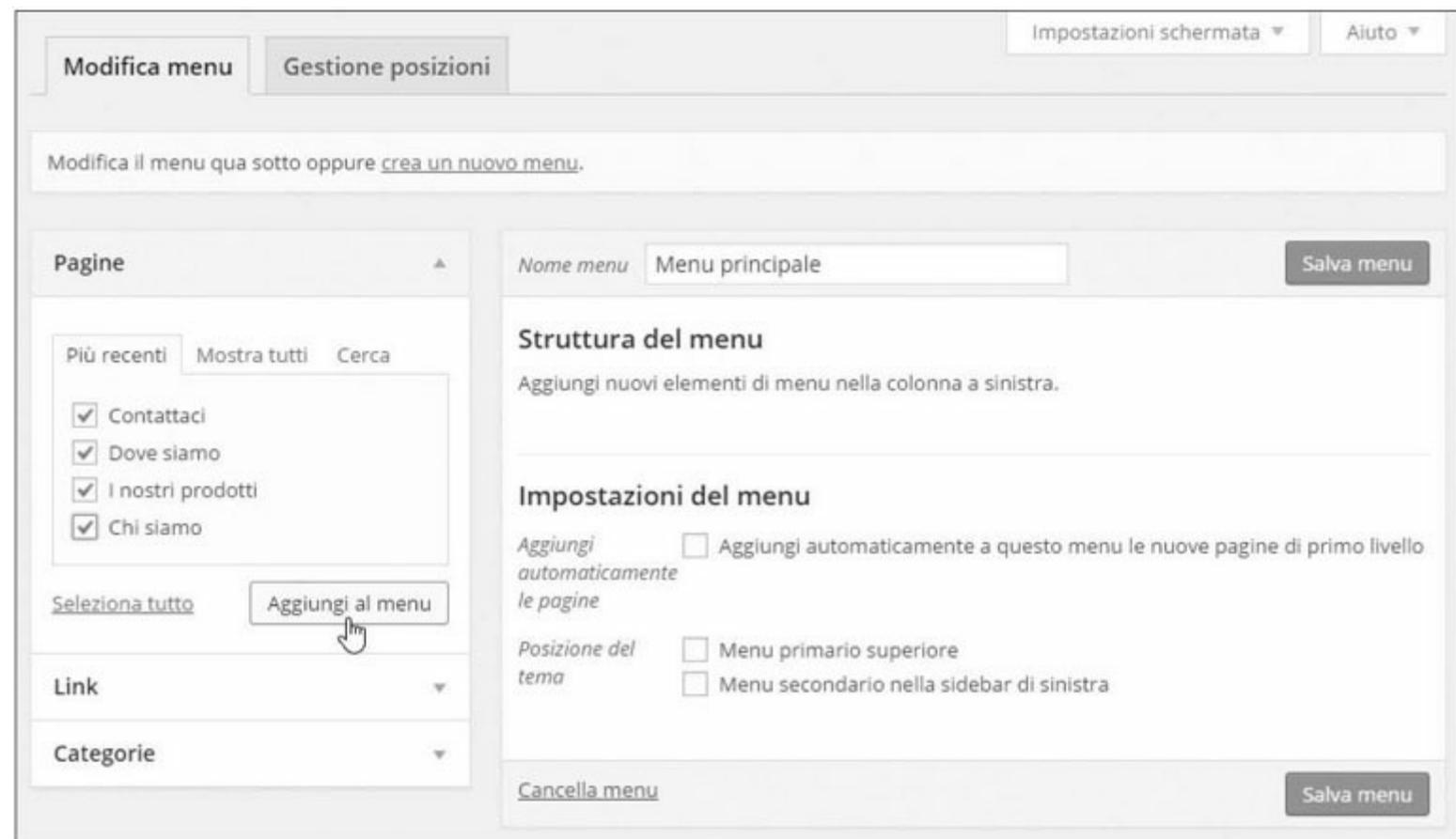


Figura 5.11 – La schermata di creazione e configurazione del menu così come appare dopo aver definito il nome del primo menu e averlo salvato col pulsante *Creazione menu*; si notino i pannelli ora attivi a sinistra con le voci delle pagine esistenti pronte per essere aggiunte.

La scheda *Gestione posizioni*, selezionabile con l'omonima etichetta in alto a destra, contiene l'altra schermata di configurazione in cui è possibile assegnare i menu creati a quelli disponibili nel tema in uso (è possibile anche assegnare lo stesso menu a più posizioni). Come sempre basterà prestare attenzione ai messaggi visualizzati e ai nomi delle diverse opzioni per familiarizzare facilmente e rapidamente anche con quest'area di WordPress.

I due pannelli *Link* e *Categorie* permettono di aggiungere rispettivamente dei collegamenti (a risorse interne o esterne) e delle categorie, funzione utile quando si desidera inserire nel menu elementi che non sono pagine, ovvero articoli (singoli o gruppi) oppure addirittura collegamenti a risorse presenti su altri siti.

In particolare, il pannello *Link* può essere utile per creare delle voci di menu "vuote", da utilizzare per creare dei sotto-menu e ottimizzare così lo spazio a disposizione all'interno della barra di navigazione. Per ottenere questo risultato vi basterà, dopo avere definito il nome della voce di menu principale (per es. *Prodotti*), utilizzare il segno del cancelletto (#) al posto del link, inserendo quindi la nuova voce di menu e collocando al di sotto di essa, spostate verso destra per renderle delle sotto-categorie, le voci che volete includere al suo interno (Figura 5.12).

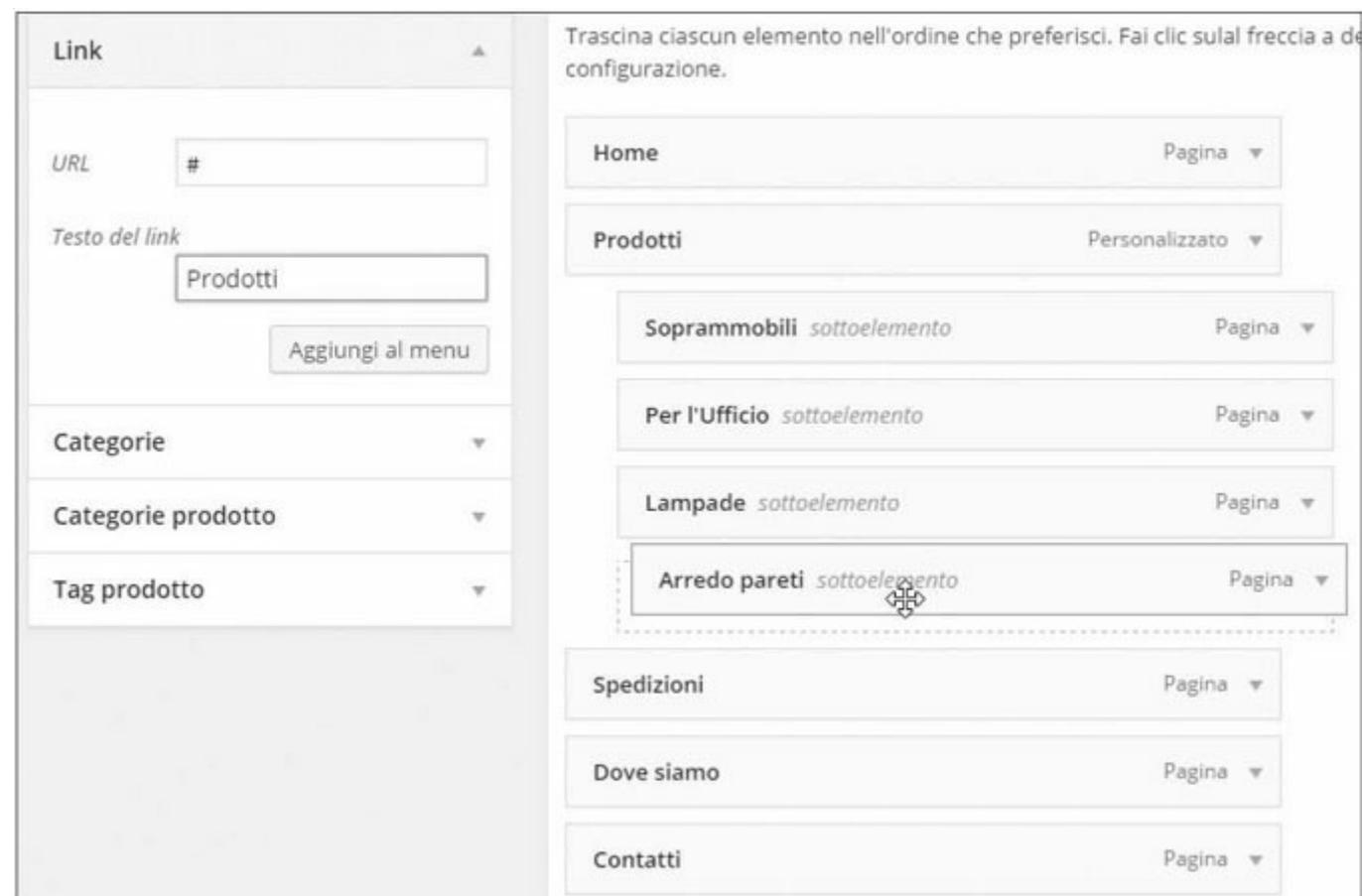


Figura 5.12 – A sinistra nella foto la creazione di una voce di menu "fittizia" per mezzo del simbolo cancelletto al posto di un link vero e proprio, e a destra la strutturazione gerarchica di alcune sotto-voci di menu, ottenuta spostandole rispetto a quella principale.

Anche nel caso dei menu si potrebbero riempire interi capitoli di ulteriori informazioni, tuttavia quanto esposto è sufficiente per gestire un sito di base corrispondente agli obiettivi del presente volume, mentre chi volesse approfondire

troverà ulteriori dettagli nella guida completa a WordPress già menzionata e sul sito wpa2.it.

I temi rappresentano la parte grafica e strutturale di un sito sviluppato con WordPress, sono quindi fondamentali per migliorare la comunicazione con gli utenti e rendere la loro esperienza di navigazione piacevole e utile. La scelta del tema, quindi, è uno dei passaggi fondamentali nella creazione di un sito e-commerce come di qualsiasi altro sito.

Esistono numerosi temi progettati o comunque predisposti per il commercio elettronico con WordPress e quasi sempre fanno riferimento a tale caratteristica dichiarando la compatibilità con WooCommerce, il plugin di cui parleremo nel resto del libro. Tali temi possono essere scaricati gratuitamente o acquistati e nel prossimo paragrafo troverete un elenco di risorse utili in tal senso. Il resto del capitolo sarà invece dedicato a un singolo tema gratuito, selezionato per l'utilizzo con i capitoli successivi e lo sviluppo del progetto di sito e-commerce presentato in questo volume.

Cercare e scegliere i temi adatti

Scegliere un tema che preveda già l'utilizzo di WooCommerce significa ottenere una grafica e una struttura in cui sarà poi facilitata la visualizzazione dei prodotti, singoli o in gruppo. Anche fra i temi gratuiti ospitati dal sito ufficiale di WordPress (Figura 6.1) se ne possono individuare moltissimi dotati di tale compatibilità, anche se un progetto di e-commerce professionale non dovrebbe mai prescindere dall'utilizzo di un tema commerciale, in particolare per le garanzie di aggiornamento e assistenza, oltre che di qualità, che questo genere di temi offre. L'investimento per un tema professionale è in genere nell'ordine di qualche decina di euro e difficilmente supera i cinquanta. Inoltre, come scoprirete nell'elenco che segue, alcuni sviluppatori offrono la possibilità di abbonarsi a un'intera serie di temi professionali a un prezzo di poco superiore a quello di un singolo tema.

The screenshot shows the WordPress.org Themes Directory page. At the top, there is a navigation bar with links for Showcase, Themes, Plugins, Mobile, Support, Get Involved, About, Blog, and Hosting. A search bar is located in the top right corner with the text "Search WordPress.org". Below the navigation bar, the main heading is "Themes Directory" and a welcome message reads "Welcome, bonaventuradibello | Log Out". The page is divided into several sections: "Extending WordPress" (with sub-sections for Plugins, Themes, and Mobile), "Looking for the awesome WordPress themes? Here's the place to find them! Welcome to the Free WordPress Themes directory." (with a search bar containing "woocommerce" and a "Search Themes" button), "Featured Themes" (highlighting the "School" theme), and "Most Popular" (listing several themes with their download counts).

Figura 6.1 – La pagina iniziale dell'area di WordPress.org dedicata ai temi; si noti il conteggio dei temi disponibili al momento di catturare la schermata e il campo di ricerca per individuare temi associati a una particolare parola o frase chiave.

Nella scelta di un tema, è importante valutare il numero di volte che è stato scaricato e il voto degli utenti quando disponibile (Figura 6.2), ma soprattutto individuare il sito dello sviluppatore e farsi un'idea della sua professionalità anche dal modo in cui si presenta.

Shopping

Description Stats Support Reviews Developers

Author:  themehall
3 themes

Shopping theme is an Ecommerce omega child theme for WordPress. Shopping WordPress theme is designed to work with WooCommerce plugin. Start creating mobile friendly WordPress online shop with Shopping theme and WooCommerce.



Tags: custom-menu, featured-image-header, flexible-header, fluid-layout, full-width-template, gray, light, microformats, one-column, responsive-layout, right sidebar, sticky-post, theme-options, threaded-comments, translation-ready, two columns, white

Download Version 0.2.0

Preview

Parent Theme

Last Updated: 2014-04-14

Downloads: 102,585

Theme Homepage »

Ratings



4 out of 5 stars



Figura 6.2 – La scheda di un tema (Shopping) selezionato fra quelli elencati con la ricerca “WooCommerce” sull’area temi di WordPress.org; si notino a destra il numero di download, il link al sito dello sviluppatore e i voti degli utenti.

Qui di seguito trovate un elenco di risorse con i rispettivi link per l’accesso diretto ai soli temi compatibili con WooCommerce:

1. WordPress.org (wpaz.it/160)
Con quasi tremila temi, tutti gratuiti, disponibili al momento di scrivere, la sezione dedicata del sito ufficiale WordPress.org rappresenta sicuramente un’ottima risorsa per la ricerca di temi compatibili con WooCommerce.
2. WooThemes (wpaz.it/161)
Il sito ufficiale degli sviluppatori di WooCommerce nasce come sito di temi e ovviamente offre una serie di ottimi temi compatibili con il plugin, di cui alcuni gratuiti. Sarà proprio uno di questi ultimi, *Storefront*, quello utilizzato negli esempi del libro.
3. ThemeForest di Envato (wpaz.it/162)
Con quasi cinquemila temi professionali per WordPress creati da sviluppatori diversi, ThemeForest è la risorsa più popolare fra i webmaster e offre oltre 250 temi specificamente sviluppati per funzionare al meglio con WooCommerce e con un prezzo massimo intorno ai 60 dollari.
4. Elegant Themes (wpaz.it/163)
Uno dei migliori sviluppatori di temi professionali, Elegant Themes offre l’accesso a decine di temi, fra cui sei dedicati all’e-commerce e in particolare uno di questi (*Divi*) completamente personalizzabile in quanto dotato di un sistema di impaginazione visuale. Il tutto a un prezzo di poco superiore a quello medio di un solo tema professionale.
5. Tesla Themes (wpaz.it/164)
A partire da 49 dollari l’anno, il prezzo medio di un tema professionale, Tesla Themes mette a disposizione la sua intera collezione di ottimi temi fra cui alcuni specificamente progettati per lavorare al meglio con WooCommerce. Inoltre, il sito offre periodicamente il download di un tema gratuito.

Quasi tutti i temi progettati per offrire piena compatibilità con WooCommerce, permettono una qualche forma di personalizzazione, tuttavia per ottenere il massimo da questo punto di vista è consigliabile adottare temi che contengano uno strumento di composizione visuale delle pagine.

Questo genere di strumento può essere rappresentato da un plugin incluso nel tema stesso (come nel caso di *Home Shop*, [Figura 6.3](#)) oppure di un vero e proprio “theme builder” come nel caso del tema *Divi* di Elegant Themes (wpaz.it/022) oppure del sistema di sviluppo per temi *Ultimatum* (wpaz.it/037).

Home Shop - Premium WooCommerce Theme

Item Details Comments Support

HOMESHOP v1.0.4
E-COMMERCE WORDPRESS THEME

Mobile friendly & retina-ready design
Visual composer (page builder) - save \$28
Slider Revolution - save \$18
Flex, iosslider slider - save \$15
WPML, RTL, Mega menu - save \$14
Unlimited color schemes & layouts
6 header & 6 footer styles
15 custom widgets
Wishlist, Compare, Quick view
NEW! Google Rich Snippets - save \$11
NEW! Anti Fraud plugin - save \$28
NEW! Promo popup & cookie control - save \$17
Excellent support, free updates & more...

Regular License **\$58**

Use, by you or one client, in a single end product which end users are not charged for. The total price includes the item price and a buyer fee.

More details | Why buy with Envato

Add to Cart Buy Now

Added to Favorites Add to Collection

Elite Author

GET ITEM SUPPORT via Ticksy system FOLLOW ON ENVATO be the first to check out new items

Figura 6.3 – Fra i temi professionali compatibili con WooCommerce in vendita su ThemeForest, *Home Shop* (wpaz.it/165) è uno dei più completi e flessibili grazie all'abbinamento con una serie di plugin commerciali inclusi nel prezzo del tema e a un insieme di funzionalità che permettono di personalizzare l'aspetto del sito in vari modi.

Che decidiate di scegliere un tema gratuito o commerciale, oppure un vero e proprio strumento di creazione per ottenere un sito altamente personalizzato, nel prossimo capitolo troverete tutte le istruzioni per installarlo e attivarlo.

Installare e attivare un tema

WordPress mette a disposizione due diverse modalità per l'installazione di un nuovo tema. La prima prevede la scelta e il caricamento del tema direttamente dalla galleria di temi disponibili attraverso [WordPress.org](https://wordpress.org/themes/), di cui vengono visualizzate le anteprime nell'apposita sezione del backend. La seconda modalità, più adatta all'installazione di temi commerciali, prevede il caricamento del file compresso contenente il tema per mezzo di un'apposita funzione dell'interfaccia di amministrazione di WordPress. In entrambi i casi, una volta che il tema è stato caricato si potrà attivarlo e cominciare a utilizzarlo cliccando su un semplice link.

Per caricare un tema è necessario cliccare su Temi nella barra verticale a sinistra dell'area amministrativa e poi sul pulsante **Aggiungi nuovo** visualizzato in alto a sinistra nella schermata che mostra i temi già installati. A questo punto si potrà procedere scegliendo e installando direttamente uno dei temi disponibili su [WordPress.org](https://wordpress.org/themes/) (Figura 6.4) oppure cliccare sul pulsante **Carica tema** visualizzato in alto a sinistra, se si dispone di file compresso contenente un tema scaricato da una fonte diversa, per esempio il sito di uno sviluppatore o un portale di temi commerciali.

nota

Installare e attivare un tema è solo il primo passo verso il suo utilizzo, difatti ogni tema è dotato di particolari caratteristiche e di uno specifico sistema di configurazione dei suoi diversi elementi grafici e strutturali, spesso particolarmente complesso. Diventa quindi impossibile descrivere l'utilizzo dei numerosi temi disponibili per WordPress con una trattazione generica ed è per questo motivo che ho scelto di adottare per il progetto Web di un sito e-commerce un tema gratuito e facilmente reperibile, ma anche di facile utilizzo.

Bacheca Articoli Media Pagine Commenti WooCommerce Prodotti Aspetto Temi Personalizza Widget Menu Testata Sfondo Storefront Editor Plugin Utenti Strumenti Impostazioni

Aggiungi Tema Carica tema

76 In evidenza Popolari Più nuovo Filtro funzionalità

woocommerce

Responsive Hello, World! Your first WordPress site here. Dettagli & anteprima Installa Anteprima

Suffusion Post Format Test: Audio (as URL) Post Format Test: Gallery Suffusion

Customizr

Custom Community

Virtue VIRTUE THEME

Travelify

Figura 6.4 – Alcuni dei temi gratuiti di WordPress.org visualizzati nella schermata di ricerca e installazione dei temi del CMS; si noti la chiave di ricerca inserita nel campo in alto a destra che ha permesso di limitare la visualizzazione ai soli temi in cui viene menzionata la compatibilità con WooCommerce.

Nel primo caso sarà possibile sfogliare i temi disponibili con o senza uno dei tre filtri principali (*In evidenza*, *Popolari*, *Più nuovo*), oppure restringere tale visualizzazione per mezzo del *Filtro funzionalità*, che applica parametri specifici alla selezione, o infine digitando un termine di ricerca (per es. il nome di un tema oppure, come nell'immagine 6.4, un termine specifico) in modo da visualizzare solo i temi nella cui descrizione è presente appunto tale termine.

nota

Per chi volesse utilizzare uno dei temi predefiniti di WordPress è possibile attivare il tema Twenty Twelve al posto di quello già attivato inizialmente con l'installazione. È ovvio che il sito risultante sarà in questo caso molto spartano, di conseguenza è consigliabile optare per una scelta di questo tipo solo per esercitarsi con le varie procedure descritte nel volume, prima di scegliere, installare e attivare il tema definitivo per il sito fra quelli consigliati in precedenza.

Digitando quindi il termine di ricerca "WooCommerce" nel campo in alto a destra saranno visualizzati tutti i temi la cui descrizione contiene tale termine. Per visualizzare la descrizione di un tema basta cliccare sul pulsante *Dettagli* e *Anteprima* che compare quando ci si sposta con il puntatore del mouse sopra la miniatura di anteprima del tema stesso (Figura 6.4).

Per il sito di esempio sviluppato in questo volume è stato scelto il tema *Storefront* di WooThemes, che potete individuare fra i temi visualizzati con la parola chiave "WooCommerce" come nell'esempio precedente oppure utilizzando come termine di ricerca il nome del tema stesso (Figura 6.5).

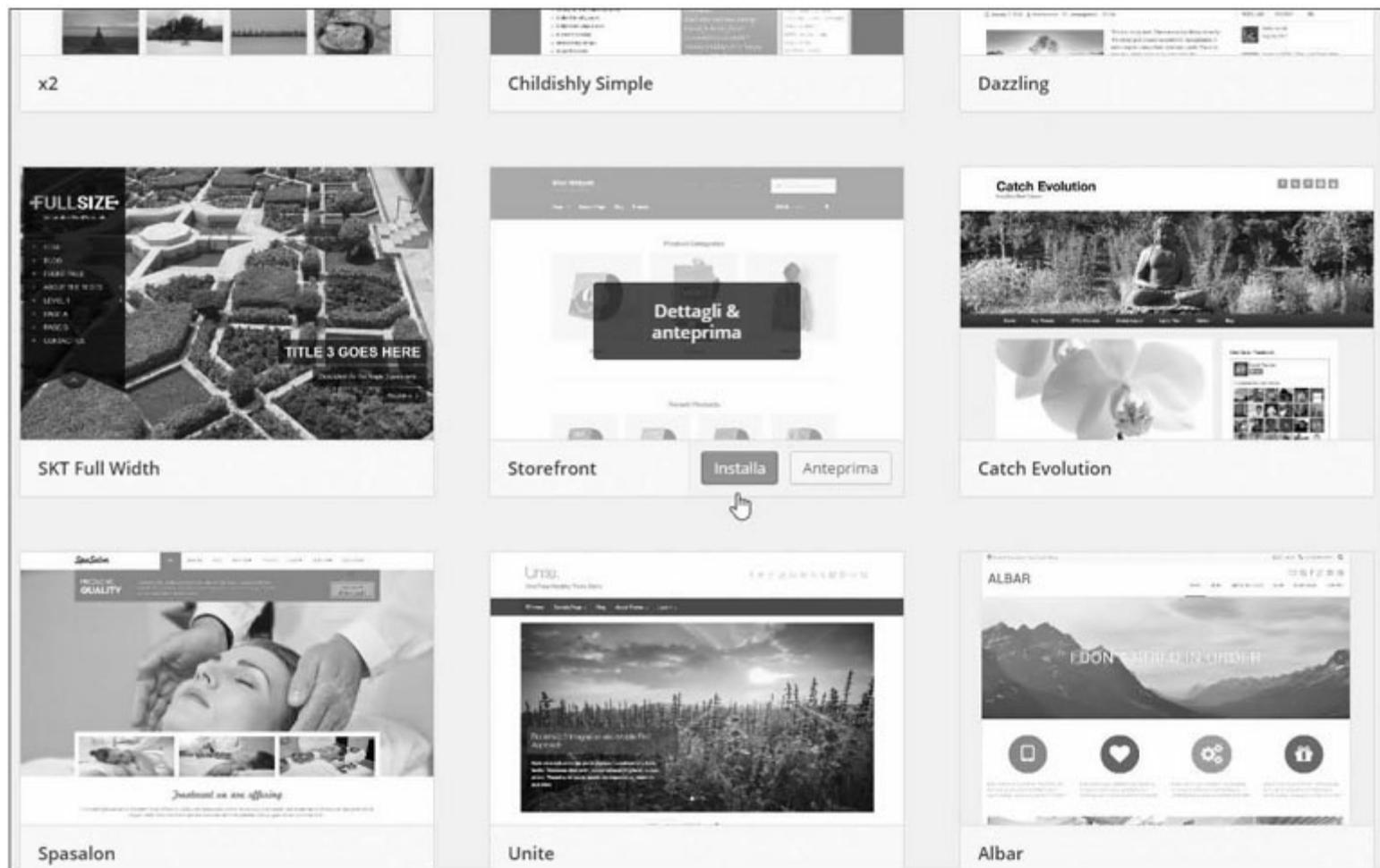


Figura 6.5 – La miniatura di anteprima del tema *Storefront*, visualizzato insieme agli altri che compaiono usando il termine "WooCommerce" nel campo di ricerca della schermata *Aggiungi tema*; si noti il pulsante di installazione nella parte bassa.

Una volta individuato il tema portatevi con il puntatore sulla sua miniatura di anteprima e cliccate sul pulsante *Installa*. Dopo una serie di messaggi che confermano l'avvenuta installazione del tema, saranno visualizzati alcuni link fra cui quello che permette di attivarlo e cliccando su quest'ultimo sarete riportati, infine, alla schermata dei temi installati.

Configurare il tema

All'attivazione di un tema viene in genere aggiunta una nuova voce al menu *Aspetto* di WordPress, contenente il nome del tema attivato. Osservando l'elenco di voci noterete infatti la presenza, in questo caso, dell'opzione *Storefront*, cliccando sulla quale sarà visualizzata la schermata di presentazione con le informazioni sul tema (Figura 6.6). Trattandosi di una versione gratuita di un tema esistente anche in versione commerciale, quindi limitata rispetto a quest'ultimo, sono presenti solo alcune opzioni di configurazione specifiche di cui ci occuperemo subito.

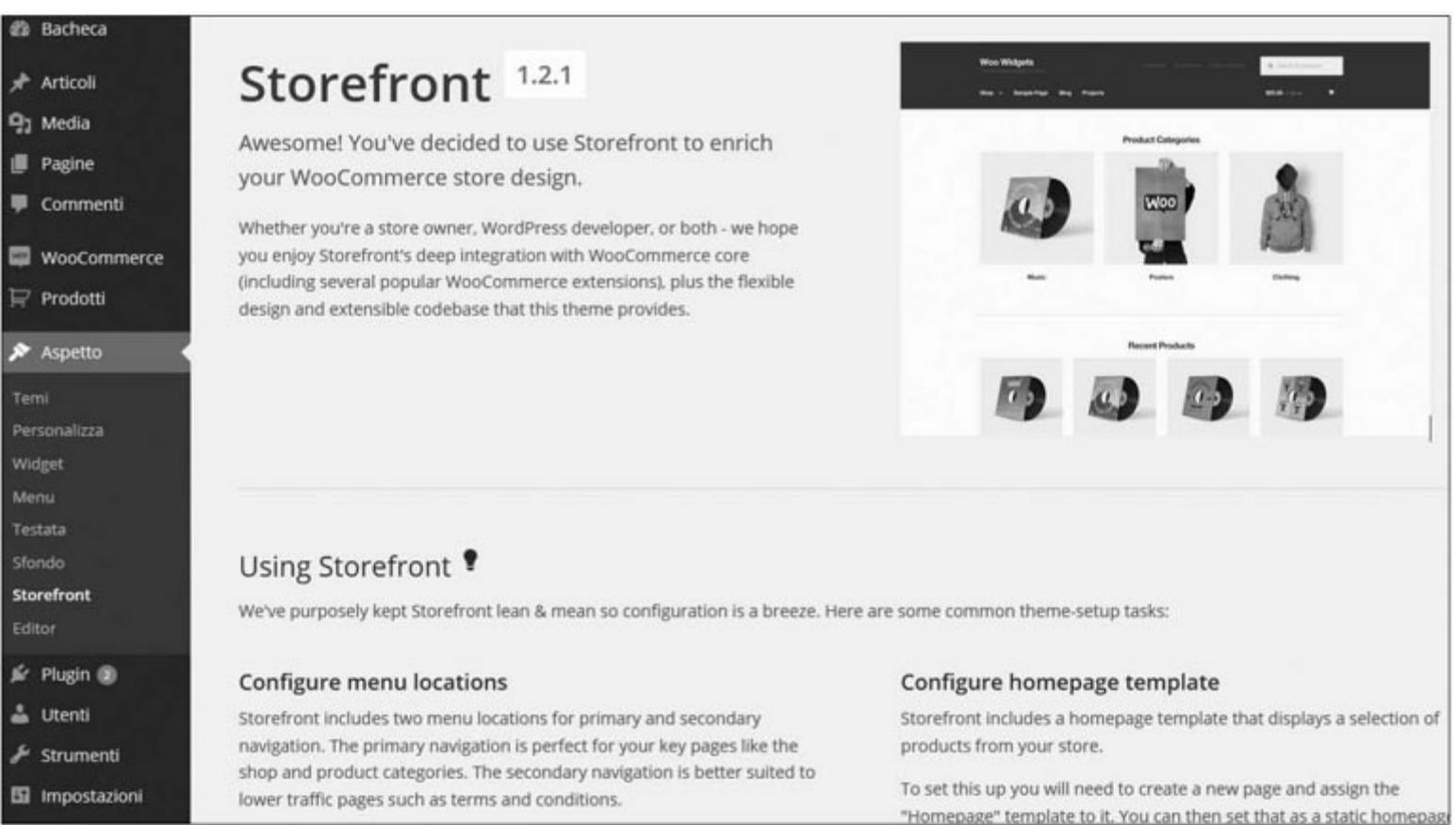


Figura 6.6 – La schermata di presentazione e impostazioni per il tema Storefront, accessibile cliccando sull'omonima voce del menu Aspetto di WordPress dopo la sua installazione e attivazione, e contenente alcuni link che permettono di personalizzarne vari aspetti.

Se avete già creato le pagine del sito e personalizzato il menu di conseguenza, come spiegato nel capitolo precedente, scoprirete probabilmente che dopo l'installazione di Storefront le voci del menu di navigazione risultano disposte in maniera diversa da quella originale (Figura 6.7). Dopo l'installazione e attivazione di un nuovo tema, infatti, è necessario accedere nuovamente all'area di personalizzazione del menu e associare quello già creato alla corrispondente barra di navigazione del nuovo tema. Fra i link presenti nella schermata di impostazioni di Storefront, infatti, c'è proprio quello alla sezione Menu di WordPress (Configure menus).

Una volta visualizzata la schermata di configurazione, se non è stato ancora creato un menu sarà necessario procedere come spiegato nel capitolo precedente per configurarlo e salvarlo. Se, invece, è già presente un menu, basterà associarlo alla posizione desiderata del nuovo tema usando l'opzione Posizione del tema come descritto nel capitolo precedente, confermando la nuova impostazione con il pulsante Salva tema.



Figura 6.7 – Dopo l'installazione e attivazione di un nuovo tema, come in questo caso con Storefront, le voci del menu di navigazione risultano quasi sempre disposte secondo un ordine diverso dall'originale e gli elementi già creati possono apparire differenti da come erano visualizzati nel tema precedente, il che rende necessario impostare alcuni aspetti del nuovo tema di conseguenza.

Un'altra possibilità di configurazione di Storefront viene dagli strumenti di personalizzazione di WordPress, che sono ovviamente raggiungibili selezionando l'opzione Personalizza del menu Aspetto che, nella schermata del tema in esame, è collegata al pulsante Open the Customizer. In questa schermata (Figura 6.8) vi sarà possibile intervenire su tutti gli aspetti personalizzabili del tema attivo, utilizzando le diverse voci presenti e osservando i cambiamenti in tempo reale, per poi confermare il tutto cliccando sul pulsante Salva & pubblica. Alcune di queste opzioni sono in realtà quelle presenti nelle diverse aree del pannello di amministrazione di WordPress, ma solo in questa schermata offrono la visualizzazione dell'anteprima in tempo reale.



Figura 6.8 – La schermata di personalizzazione del tema attivo, raggiungibile con l'opzione *Personalizza* del menu *Aspetto* di WordPress; si notino a sinistra le voci disponibili, precedute dal pulsante di uscita a forma di X e da quello che invece conferma le modifiche effettuate (*Salva e Pubblica*), e a destra l'anteprima del tema che sarà aggiornata di volta in volta.

Diamo quindi uno sguardo alle voci presenti nella schermata di personalizzazione per capire la loro funzione:

1. **Titolo del sito e motto**
Configurabili anche nella schermata raggiungibile da *Impostazioni* → *Generali*, rappresentano il titolo e sottotitolo del sito, i due elementi di testo che in genere sono visualizzati in alto a sinistra nella testata del tema.
2. **Background**
In questa sezione è possibile definire un'immagine o un colore di sfondo per il tema e ovviamente la presenza della prima si sovrappone al secondo, quindi se volete utilizzare un colore, non impostate alcuna immagine. Quest'ultima potrà essere posizionata usando l'opzione *Ripetizione* dello sfondo.
3. **Header**
Per la parte alta del tema, detta *testata* ("header" in inglese), in molti casi è possibile definire il colore di sfondo o utilizzare un'immagine per quest'ultimo, come appunto nel caso del tema *Storefront*. Da quest'area, inoltre, si può anche definire il colore del testo e dei link all'interno della testata, in modo da armonizzarlo con lo sfondo impostato.
4. **Footer**
Quest'area contiene le opzioni che permettono di definire il colore del testo e dello sfondo nel piè di pagina, con la possibilità di usare un colore diverso per il testo principale (*Heading*) oltre che per i link.
5. **Typography**
Il colore del testo visualizzato nelle pagine del sito è configurabile da questa sezione e in alcuni casi (non in quello in esame) sono presenti anche dei menu per selezionare un carattere (*font*) alternativo per titoli e testo principale.
6. **Buttons**
Questa sezione permette di definire il colore di sfondo e del testo per i pulsanti, per esempio quello di invio del modulo (*form*) dei contatti.
7. **Layout**
La sezione *Layout* contiene le opzioni con cui è possibile definire la struttura del tema. Nel caso di *Storefront* si può decidere se posizionare la barra laterale sulla destra (opzione predefinita) o sulla sinistra della pagina.
8. **Navigazione**
In questa sezione è presente soltanto la parte delle opzioni di personalizzazione dei menu, con cui è possibile assegnare quelli già creati alle aree di navigazione disponibili nel tema.
9. **Widget**
I widget sono elementi che è possibile posizionare nelle apposite aree presenti all'interno del tema, generalmente le barre laterali e il piè di pagina. *Storefront* può contenerne fino a quattro ed è anche presente un'area widget per la testata.
10. **Pagina iniziale statica**
Identica all'opzione già illustrata nel capitolo precedente, raggiungibile da *Impostazioni* → *Lettura*, permette di definire una pagina da usare come home del sito.

Nel caso di *Storefront*, viene offerta la possibilità di reimpaginare la home page del negozio, ovvero la pagina che in seguito imposterete come vetrina del negozio online ed eventualmente come home page del sito stesso (a meno che non vogliate usare solo del contenuto informativo per la home del sito e collocare la vetrina prodotti in una pagina secondaria). Per abilitare questa funzionalità è necessario prima di tutto assegnare alla pagina scelta il modello (*template*) *Homepage*, usando il pannello *Attributi pagina* (Figura 6.9) e selezionando tale voce dal menu identificato dalla scritta *Modello*, cliccando infine sul pulsante *Aggiorna* per confermare la nuova impostazione.

Modifica pagina

Aggiungi nuovo

Impostazioni schermata

Aiuto

Welcome

Permalink: <http://www.oggettistica-nautica.com/> Visualizza pagina

Aggiungi media

Visuale Testo

B I ABC [List icons] [Link icon] [Image icon] [Table icon] [Fullscreen icon]

Benvenuti sul sito di **Oggettistica Nautica e Marinara**. Visitando le pagine del nostro sito potrete scoprire oggetti d'**arredo nautico** per la casa e per l'ufficio che possono diventare un elemento di eleganza originalità per voi o un regalo indimenticabile per le persone che amate. Visitateci spesso per scoprire nuovi prodotti e nuove offerte, e non dimenticate di contattarci usando l'apposita funzione collegata a ogni prodotto oppure i riferimenti presenti nella pagina [Contatti](#).

Nelle pagine del nostro sito troverete tutti i prodotti presenti in negozio o comunque ordinabili: **cannocchiali**, **navi in bottiglia**, **sestanti**, **quadri con nodi marinari**, e molti altri **articoli da parete** o per l'**arredo dell'ufficio** in stile **nautico e marinaro**.

Pubblica

Anteprima modifiche

Stato: **Publicato** [Modifica](#)

Visibilità: **Publico** [Modifica](#)

Publicato il: **1 ottobre 2007 @ 15:40** [Modifica](#)

SEO: **N/D** [Controlla](#)

Sposta nel cestino

Aggiorna

Attributi pagina

Genitore

- pagina base
- Template standard
- Full width
- Homepage**
- Homepage

Figura 6.9 – Il menu per la scelta del modello di pagina (template) presente nel pannello Attributi pagina della schermata di creazione e modifica del contenuto; si notino le due opzioni corrispondenti ai modelli disponibili nel tema in uso, ovvero *Full width* e *Homepage*.

Il secondo requisito per attivare le opzioni di impaginazione della home page è la presenza del plugin *Homepage Control*. Per installare questo plugin è necessario cliccare su *Plugin* → *Aggiungi nuovo* nella barra laterale dell'area di amministrazione di WordPress e digitare il nome del plugin nel campo in alto a destra (Figura 6.10), premendo poi il tasto Invio sulla tastiera del computer. La scheda del plugin sarà quindi visualizzata e basterà cliccare sul pulsante *Installa* a desso per procedere con l'installazione, cliccando infine sul link *Attiva* nella schermata che compare immediatamente dopo.

nota

Il plugin *Homepage Control* è stato sviluppato da WooThemes, la stessa azienda che ha creato WooCommerce e molti dei temi compatibili, fra cui appunto Storefront. Si tratta quindi di un componente progettato per funzionare in particolare con questi temi, o comunque con temi compatibili, e non con la maggior parte di quelli disponibili per WordPress.

Aggiungi plugin

Carica plugin

Aiuto

Risultati della ricerca

Segnalati

Popolari

Raccomandati

Preferiti

Parole chiave

Homepage control

244 elementi

1 di 9



Homepage Control

Installa adesso

Maggiori dettagli

Re-order or disable the homepage components in certain themes.

Di WooThemes

☆☆☆☆☆ (0)
6.194 download

Ultimo aggiornamento: 1 mese fa

Non testato con la tua versione di WordPress



Homepage Product Organizer for WooCommerce

Installa adesso

Maggiori dettagli

Simple drag and drop solution for arranging the order products are displayed on a page.

Di WooPlugins.co

★★★★☆ (7)
3.704 download

Ultimo aggiornamento: 3 mesi fa

Non testato con la tua versione di WordPress



Genesis Prose

Installa adesso



Remember Me

Installa adesso

Figura 6.10 – La schermata *Aggiungi plugin* con una serie di plugin visualizzati a seguito della ricerca con le parole chiave *Homepage control*; si noti la presenza dell'omonimo plugin nella prima scheda e il relativo pulsante di installazione.

Una volta attivato, il plugin aggiunge una nuova voce *Homepage* al menu *Aspetto* di WordPress (Figura 6.11), diccando sulla quale viene visualizzata una schermata in cui è possibile riordinare i diversi elementi corrispondenti alla "vetrina" del sito, i quali hanno tuttavia bisogno della presenza del plugin *WooCommerce* e di una serie di prodotti per mostrare il necessario contenuto.

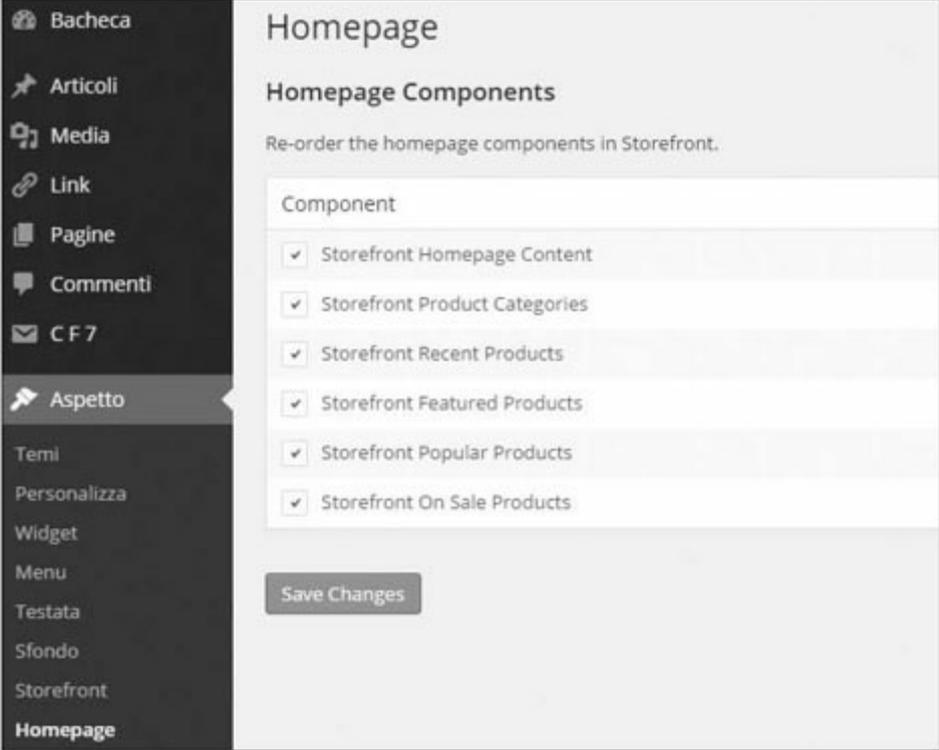


Figura 6.11 – La schermata raggiungibile cliccando sulla nuova voce *Homepage* inserita nel menu *Aspetto* di WordPress dopo l’installazione e l’attivazione del plugin *Homepage Control*; si notino i diversi elementi che formano la vetrina del negozio online, i quali possono essere trascinati per modificarne l’ordine oppure attivati e disattivati cliccando sulla casella corrispondente e facendo comparire o scomparire il segno di spunta.

nota
Nei prossimi due capitoli troverete le istruzioni per installare WooCommerce e creare i prodotti, in modo da abilitare la struttura del modello di pagina appena illustrato e consentire così la visualizzazione di tutti gli elementi disponibili.

Per ottenere un’effettiva struttura del sito e-commerce sarà a questo punto necessario attivare il plugin WooCommerce, configurarlo e creare alcuni prodotti. I prossimi capitoli vi forniranno le informazioni necessarie per portare a termine queste nuove fasi di sviluppo del sito.

il cuore del sito e-commerce che state sviluppando è il plugin WooCommerce, che dovrete quindi installare e configurare in modo appropriato per fornire a WordPress le caratteristiche tipiche di una piattaforma per il commercio elettronico.

Una volta installato e configurato il plugin, potrete cominciare a creare i prodotti in modo da “popolare” il vostro negozio online, utilizzando le informazioni fornite nel capitolo successivo.

Installazione di WooCommerce

Il metodo più semplice per installare WooCommerce è quello già visto nel capitolo precedente, quindi cliccate su *Plugin* → *Aggiungi nuovo* e digitate “WooCommerce” nel campo di ricerca in alto a sinistra, premendo infine il tasto Invio sulla tastiera del computer. Il riquadro informativo del plugin comparirà al primo posto fra quelli visualizzati (Figura 7.1) e potrete quindi cliccare sul pulsante *Installa adesso* per installarlo, confermando col pulsante *OK* nella finestra che compare. Trattandosi di un plugin piuttosto potente, potrebbe richiedere qualche minuto per l’installazione, quindi pazientate fino al momento in cui sarà visualizzata la nuova schermata con la conferma e il link *Attiva plugin* e cliccate quindi su quest’ultimo per completare la procedura.

Appena attivato, WooCommerce visualizzerà un avviso nella parte alta dello schermo, contenente il pulsante *Install WooCommerce pages*. Si tratta dell’opzione che crea automaticamente le pagine standard per la parte e-commerce del sito, ma per il momento ignorate l’avviso e cliccate invece sulla voce *Bacheca* dell’area amministrativa di WordPress, in modo che sia visualizzato anche l’avviso relativo alla traduzione del plugin (Figura 7.2).

The screenshot shows the WordPress 'Add Plugins' interface with the search term 'WooCommerce'. The results are displayed in a grid of four plugin cards. The top-left card is for 'WooCommerce - excelling eCommerce', which is highlighted with a mouse cursor over the 'Installa adesso' button. The top-right card is 'WooCommerce German (de_DE)'. The bottom-left card is 'WooCommerce Admin Bar Addition'. The bottom-right card is 'WiziApp - Adaptive Mobile Themes, Android & iPhone Apps (WooCommerce & BuddyPress compatible)'. Each card includes a thumbnail, a title, a brief description, the developer's name, a star rating, and the number of downloads.

Figura 7.1 – L’elenco dei plugin visualizzati cercando la parola “WooCommerce” nella schermata *Aggiungi plugin*, con al primo posto proprio l’omonimo plugin, pronto per essere installato con un click sul pulsante *Installa adesso*.

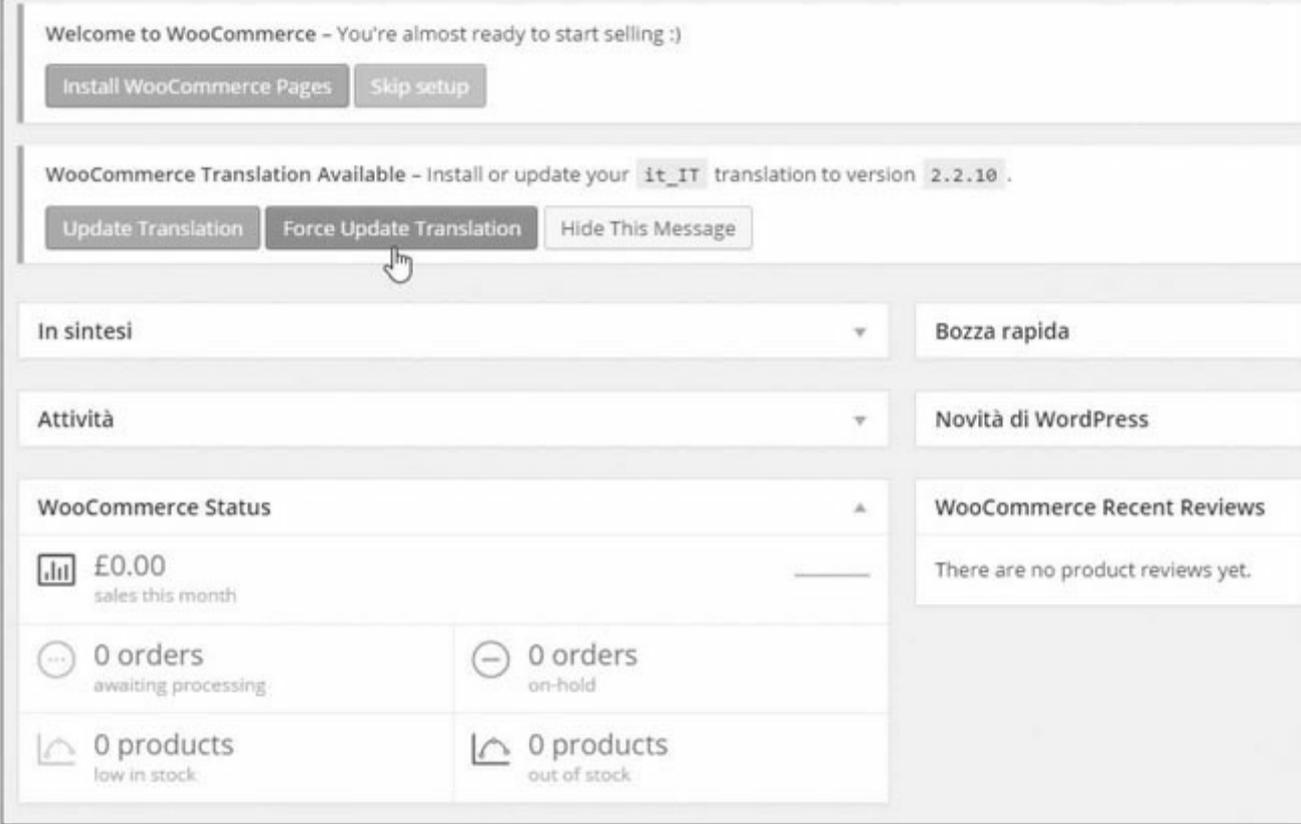


Figura 7.2 – I due avvisi visualizzati da WooCommerce dopo l’attivazione; si noti sotto quello per applicare la traduzione e conformarla alla lingua su cui è impostato WordPress con il pulsante *Force Update Translation* su cui cliccare inizialmente e in alto quello per la creazione automatica delle pagine destinate alla parte e-commerce del sito, da utilizzare subito dopo.

A questo punto cliccate sul pulsante *Force Update Translation* per consentire al plugin di tradurre in italiano le sue voci di menu e schermate di configurazione (che inizialmente sono in inglese) e attendete che sia visualizzato il messaggio di conferma al posto dell’avviso iniziale. Una volta appurato che i due nuovi menu WooCommerce e Prodotti dell’area amministrativa, e le relative voci, siano in italiano, potrete cliccare sul pulsante del primo avviso, visualizzato ora nella stessa lingua (Figura 7.3), e ottenere così la creazione delle pagine predefinite per l’e-commerce anch’esse in italiano (*Shop, Carrello, Cassa*, ecc.).

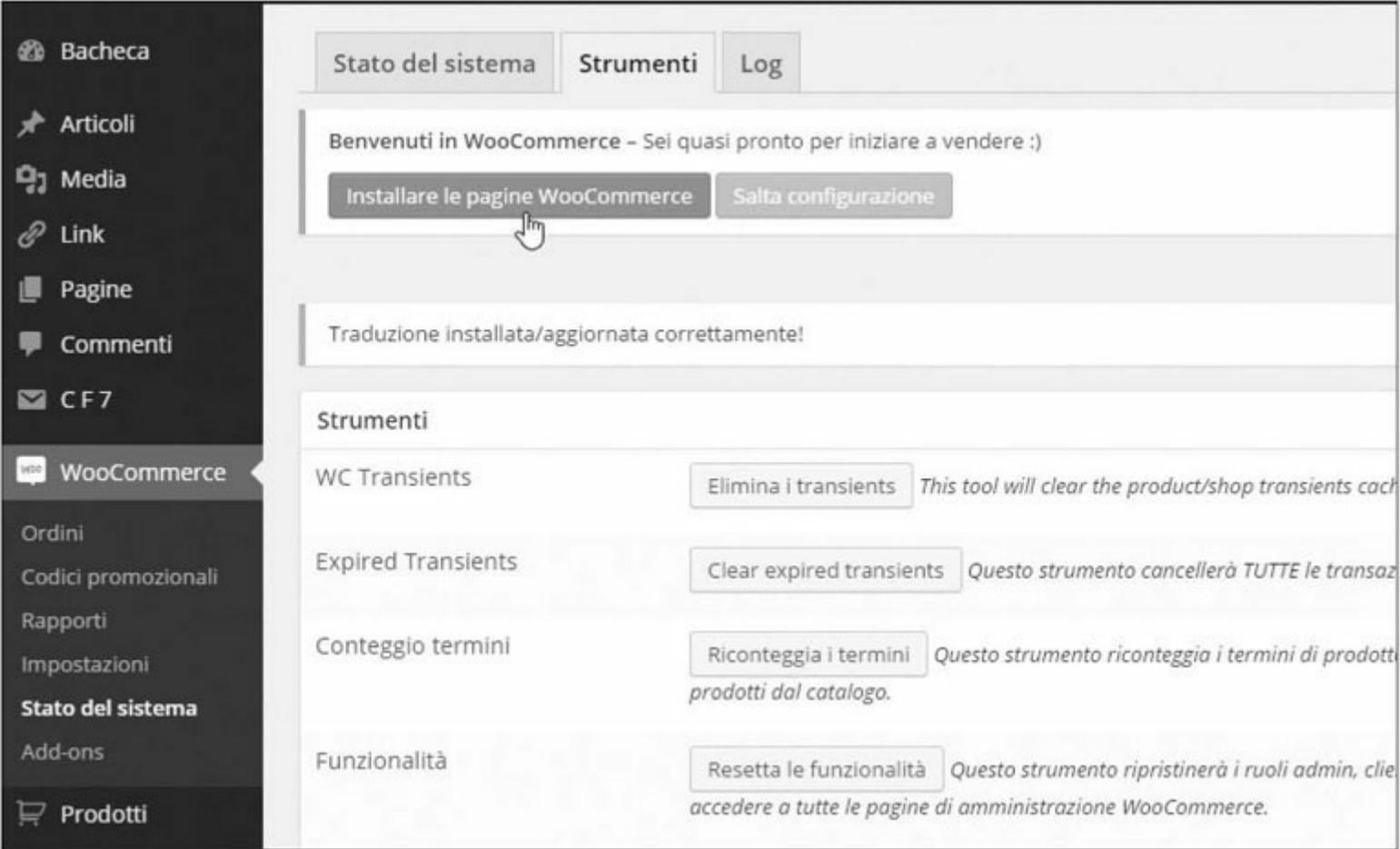


Figura 7.3 – La conferma dell’avvenuta traduzione del plugin, riscontrabile anche nel menu *WooCommerce* e *Prodotti* a sinistra, e il pulsante per la creazione automatica delle pagine predefinite di WooCommerce ora tradotto in italiano.

nota
 Le nuove pagine create da WooCommerce andranno ad aggiungersi a quelle esistenti, il che in genere produce un certo disordine e sfasamento nel menu del sito una volta che le voci corrispondenti alle nuove pagine vengono inserite. Sarà opportuno intervenire riconfigurando il menu come già visto alla fine del quinto capitolo.

Sarà a questo punto visualizzata la schermata di benvenuto di WooCommerce, contenente un pulsante che porta direttamente alle impostazioni del plugin, raggiungibili altrimenti da *WooCommerce* → *Impostazioni* utilizzando i menu di amministrazione di WordPress (Figura 7.4).



Figura 7.4 – La schermata di benvenuto visualizzata dopo l’attivazione di WooCommerce, con il pulsante che conduce direttamente alle impostazioni principali del plugin.

Le impostazioni di WooCommerce sono distribuite su sette diverse schede, che ora andremo a esaminare singolarmente agendo sulle diverse opzioni.

nota

Molte delle impostazioni di WooCommerce sono precedute da un piccolo cerchio contenente un punto interrogativo ed è possibile ottenere informazioni su di esse tenendo il puntatore del mouse all’interno del cerchio.

Opzioni generali

Nella scheda Generale delle impostazioni di WooCommerce sono presenti le opzioni geografiche e di valuta, oltre ad alcune altre opzioni accessorie. Le opzioni relative alla localizzazione del negozio e all’area o le aree geografiche in cui si andrà a vendere sono importanti ai fini fiscali, quindi cominciate con il selezionare nazione e località dal menu di fianco alla voce **Nazione Negozio**, dopodiché utilizzate il menu della voce **Località di vendita** per specificare se questa avverrà in tutto il mondo o sarà limitata a una o più nazioni specifiche (Figura 7.5), inserendo nel secondo caso la nazione o le nazioni digitandole nel campo **Nazioni specifiche** (comparirà un menu da cui scegliere la nazione appena si comincia a digitarne il nome).

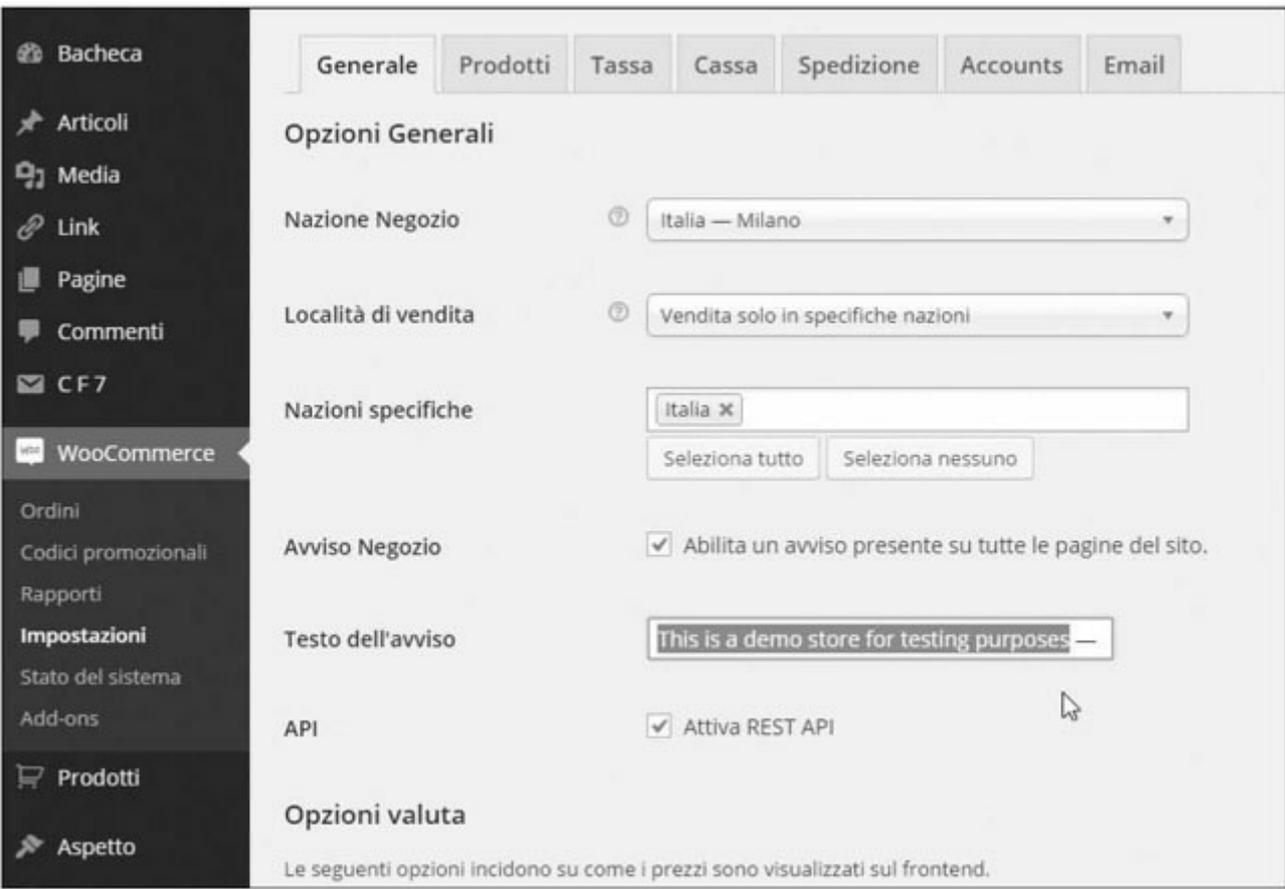


Figura 7.5 – La configurazione per un negozio online basato su Milano e con vendita solo sul territorio italiano; si noti in basso l’opzione per visualizzare un avviso durante la fase di testing dell’e-commerce.

WooCommerce prevede, nella schermata *Generale* delle impostazioni, la possibilità di attivare un avviso che sarà visualizzato su tutte le pagine del sito e consentirà di avvisare gli utenti che la parte e-commerce è ancora in fase di sviluppo e test (Figura 7.5). Il testo del messaggio è personalizzabile.

Per le opzioni di valuta, che seguono quelle geografiche, è importante selezionare l'Euro come valuta principale (a meno di particolari eccezioni) e definire il modo in cui sarà visualizzato il relativo simbolo, ovvero la sua posizione, destra o sinistra, e l'eventuale spazio che lo separa dall'importo. È altrettanto importante impostare, nei campi seguenti, il punto come separatore delle migliaia e la virgola come separatore dei decimali, essendo il plugin originariamente configurato per la notazione anglosassone che prevede il contrario. Il numero di decimali può essere naturalmente lasciato sul valore 2. Una volta configurate le opzioni fondamentali appena descritte cliccate sul pulsante *Salva* modifiche in basso e passate alla scheda successiva, *Prodotti*.

Impostazioni relative ai prodotti

La schermata della scheda *Prodotti* nelle impostazioni di WooCommerce si divide a sua volta in due aree: la prima, *Opzioni Prodotto*, è visualizzata immediatamente, mentre la seconda è accessibile per mezzo del link *Inventario* in alto a sinistra (Figura 7.6).

Figura 7.6 – La scheda *Prodotti* con la sezione *Opzioni Prodotto* visualizzata all'accesso e il link *Inventario* per l'accesso alla sezione secondaria.

Il primo gruppo di opzioni è identificato dal titolo *Elenchi Prodotti* e potete anche lasciare tutte le impostazioni predefinite a meno che non vogliate personalizzarne qualcuna. Le opzioni si riferiscono alla modalità di visualizzazione dei prodotti, ovvero la pagina principale che farà da vetrina e i diversi tipi di ordinamento dei prodotti nella pagina del negozio e nella visualizzazione per categorie di prodotto.

L'opzione *Acquista*, se attivata con la spunta sulla relativa casella, visualizza immediatamente il carrello appena l'utente acquista un prodotto, anziché limitarsi a segnalare l'aggiunta e attendere che sia l'utente a selezionare il carrello per visionarne il contenuto. Per definire in modo più efficace l'indirizzo (URL) dei prodotti è presente un link che rimanda alla schermata di impostazione dei permalink di WordPress, già esaminata nel quinto capitolo, dove con l'installazione e attivazione di WooCommerce è stata aggiunta una nuova sezione (Figura 7.7), che permette appunto di configurare la "base" dei permalink in modo che sia visualizzata, per esempio, la dicitura */shop/o* anche la categoria di prodotto prima del nome di quest'ultimo, per esempio */shop/abbigliamento/cappottodi-lana*. Queste impostazioni saranno utilizzate solo se i permalink principali sono stati personalizzati come spiegato nel quinto capitolo.

Figura 7.7 – Le nuove impostazioni introdotte nella schermata dei permalink di WordPress dall'installazione e attivazione di WooCommerce.

Nella sezione denominata *Dati prodotto* (Figura 7.8) sono già definite le unità di misura e peso per i prodotti, che potranno essere personalizzate nel caso, per esempio, si debbano utilizzare i grammi e/o i millimetri; per esempio per la vendita di prodotti caratterizzati in gran parte da dimensioni e peso ridotti.

Dati prodotto

Unità di peso: kg

Misure Conf.: cm

Valutazione del prodotto

- Attiva i voti sulle recensioni
- Per votare bisogna scrivere una recensione
- Mostra l'etichetta "proprietario verificato" nelle recensioni dei clienti
- Permetti i commenti solo ai "proprietari verificati"

Dimensione immagine prodotto

Queste impostazioni influiscono sulle dimensioni effettive delle immagini contenute nel catalogo – il display del front-end impostazioni potrebbe essere necessario [rigenerare le miniature](#).

Immagini catalogo: 150 x 150 px Hard Crop - taglio forzato dell'immagine?

Foto del singolo prodotto: 300 x 300 px Hard Crop - taglio forzato dell'immagine?

Immagini prodotto: 90 x 90 px Hard Crop - taglio forzato dell'immagine?

Figura 7.8 – Il gruppo di opzioni relative alle unità di peso e misura dei prodotti e alla possibilità di valutazione di questi ultimi da parte degli utenti.

In questa sezione trovate anche le opzioni relative alla possibilità, per gli utenti, di votare e recensire i prodotti ed è possibile attivare o disattivare sia il voto stesso sia le condizioni necessarie perché sia concesso. L'unica opzione non attiva nell'impostazione predefinita è l'ultima e permette di limitare la possibilità di voto e recensione solo agli utenti che hanno effettivamente acquistato lo specifico prodotto.

Subito dopo le opzioni relative a peso e misure e alla votazione, trovate le impostazioni per le immagini dei prodotti, che possono essere definite per le miniature da usare nel catalogo, per la scheda del singolo prodotto e per le miniature delle immagini aggiuntive presenti in quest'ultima. Ognuna delle tre opzioni è affiancata da un'impostazione aggiuntiva che consente a WooCommerce di "ritagliare" l'immagine per forzarne l'adattamento. Inizialmente potete lasciare queste voci così come preimpostate, ma se decidete di modificarle ricordatevi di rigenerare le miniature usando un plugin come quello linkato nel testo introduttivo dell'opzione (vedi nota seguente).

nota

Quando viene caricata un'immagine in WordPress vengono create automaticamente le relative miniature in varie dimensioni e salvate come file aggiuntivi. Se si decide di reimpostare le dimensioni di uno o più formati di miniatura è necessario far sì che i relativi file siano sostituiti da quelli aggiornati, forzando la creazione di questi ultimi, risultato che si ottiene solo con l'utilizzo di un plugin dedicato come Regenerate Thumbnails o Force Regenerate Thumbnails.

Un ultimo gruppo di opzioni è dedicato, in questa schermata, ai prodotti scaricabili, per esempio ebook o file multimediali. Anche in questo caso potete lasciare intatte le impostazioni predefinite a meno che non vogliate personalizzarle per qualche motivo.

Anche la sezione **Inventario** della scheda **Prodotti** (Figura 7.9) è abbastanza intuitiva ed è molto utile quando si decide di tenere traccia delle scorte di ogni prodotto disponibile e approvvigionarsi quando queste vanno al di sotto di una specifica quantità. Sono presenti diverse opzioni di visualizzazione e notifica, e anche in questo caso è possibile lasciare tutte le opzioni così come preimpostate dal plugin.

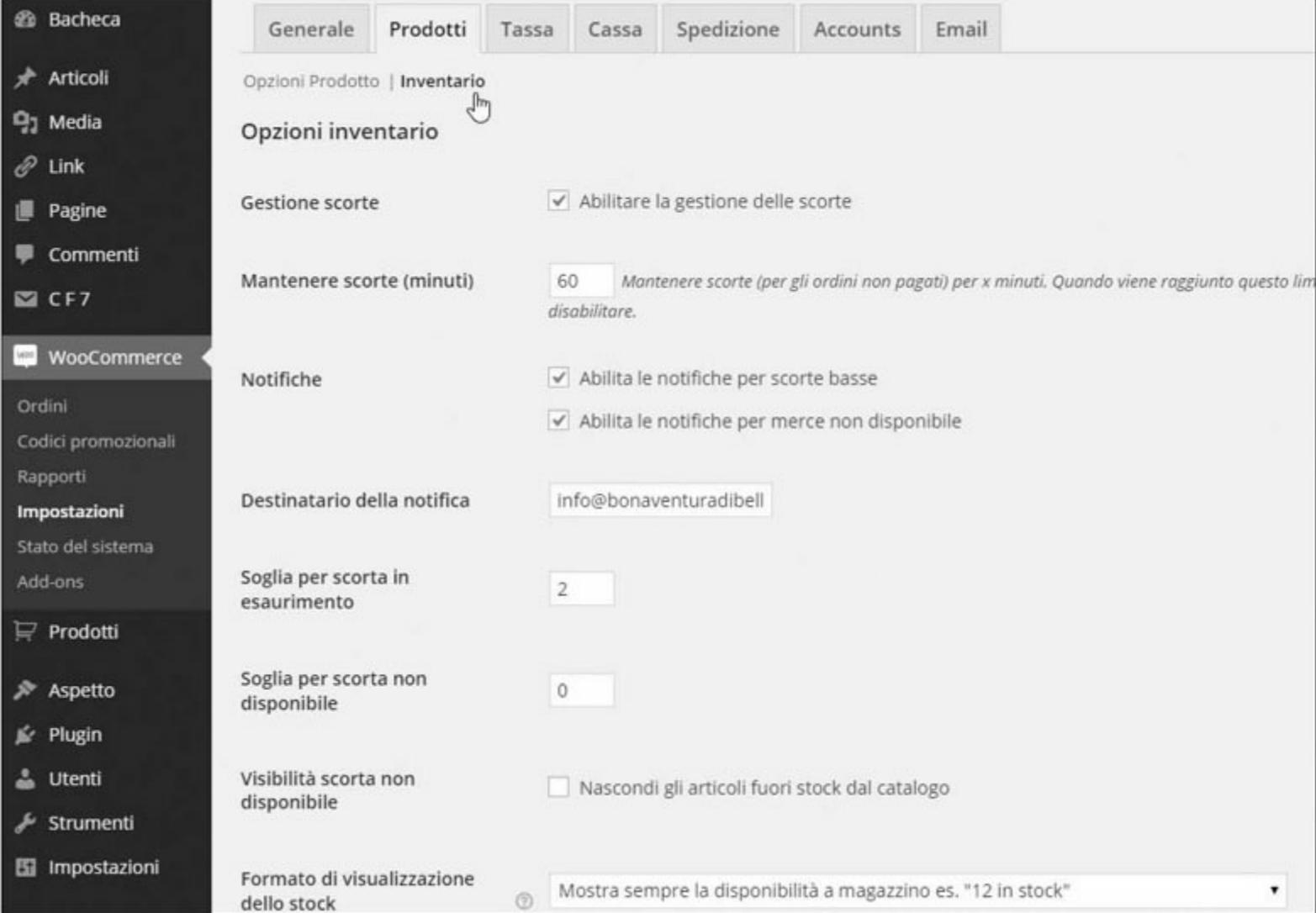


Figura 7.9 – La sezione *Inventario* della scheda *Prodotti*, con le opzioni per la gestione, visualizzazione e notifica dei dati relativi alle scorte dei prodotti.

Impostazioni di tassazione

La prima opzione di questa schermata, *Abilita imposte e calcoli fiscali*, è quella che dovrete attivare per rendere operative tutte le altre (Figura 7.10). A seguire trovate la possibilità di scegliere se i prezzi dei prodotti saranno da considerare comprensivi delle imposte oppure al netto delle stesse ed è importante che questa decisione sia presa prima di inserire qualsiasi prodotto, in quanto influisce solo su quelli creati successivamente. Quest'opzione non va confusa con quella relativa ai prezzi visualizzati, che trovate più avanti.

Le restanti opzioni, che possono essere anche lasciate nella loro impostazione predefinita, sono collegate alla modalità di calcolo delle imposte e riguardano, nell'ordine, il calcolo dell'imposta in relazione all'indirizzo di spedizione di fatturazione o spedizione del cliente oppure a quello del negozio, la definizione di un indirizzo predefinito da tenere come riferimento finché il cliente non invia i dati del suo, l'eventuale aliquota sulle spese di spedizione, l'arrotondamento per ogni elemento del carrello o, nel subtotale, le aliquote addizionali assegnabili ai prodotti ("ridotta e nulla", indicate rispettivamente come *Reduced Rate* e *Zero Rate*), la possibilità di visualizzare i prezzi del negozio al netto delle tasse oppure includendo queste ultime, con l'eventuale dicitura a seguire (*suffisso*), la visualizzazione dei prezzi nel carrello come inclusivi o al netto delle tasse e infine quella del totale, unico oppure per ogni elemento del carrello. La modifica di queste impostazioni come sempre è legata alle proprie esigenze e preferenze, quindi lascio a voi il compito di decidere se e come personalizzarle oppure lasciarle così come preimpostate.

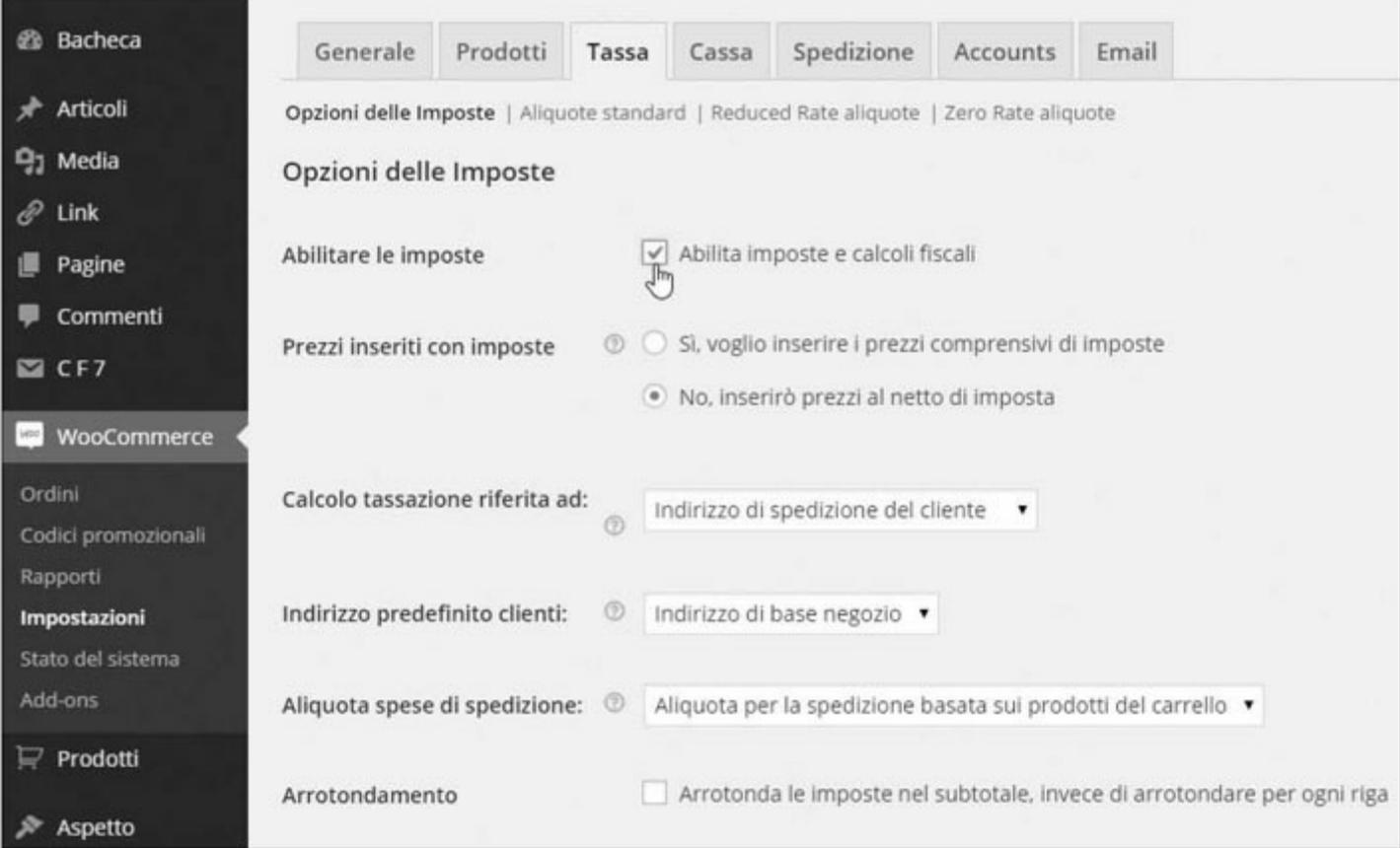


Figura 7.10 – La scheda relativa alla tassazione delle vendite; si noti la prima opzione che permette di abilitare le imposte e che inizialmente è disattivata.

Per inserire le tassazioni è necessario invece accedere alle altre aree incluse nella schermata Tassa, raggiungibili dai rispettivi link di fianco al nome dell'area principale (Opzioni delle imposte) nella parte alta della schermata. Per fare un esempio, accedendo all'area Aliquote standard (Figura 7.11) attraverso il link omonimo è possibile inserire l'IVA cliccando sul pulsante Inserisci riga e digitando semplicemente il codice della nazione (IT per l'Italia) nella prima casella, la percentuale di tassazione nella casella Tasso % e il nome dell'imposta in quella seguente, e infine decidere se andrà applicata anche alla spedizione, come predefinito, oppure no. Lasciando in bianco le caselle relative a provincia, CAP e città si stabilisce infatti che la tassazione sarà valida per tutto il territorio nazionale.

Se esistono delle tassazioni ridotte o nulle, sarà necessario introdurle nelle altre due sezioni per poterle poi avere disponibili e applicarle ai prodotti quando necessario.

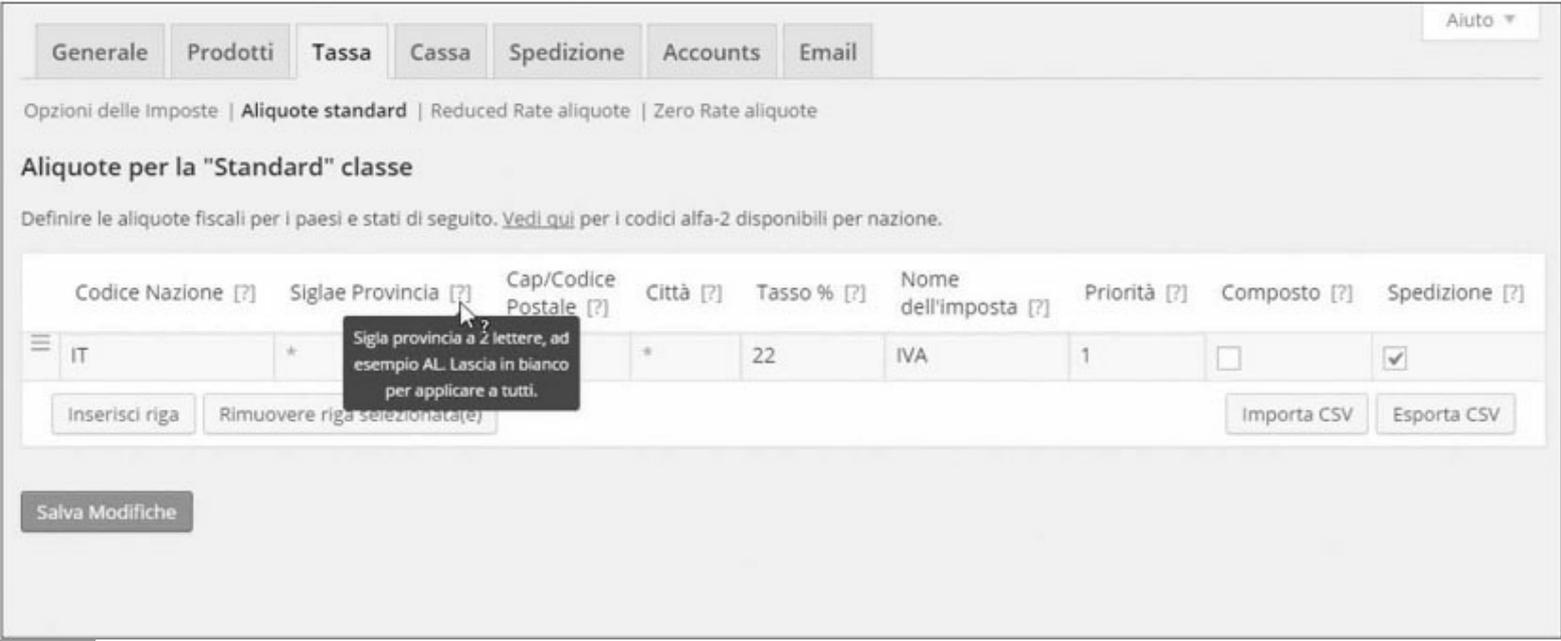


Figura 7.11 – La definizione di un'aliquota di tassazione, in questo caso l'IVA al 22% per tutto il territorio italiano; si noti l'indicazione di come sia possibile applicare la tassa all'intera nazione lasciando in bianco le caselle relative a provincia, CAP e città.

Impostazioni per i pagamenti

Nella scheda Cassa (Figura 7.12) potrete definire le impostazioni relative al pagamento, configurando ognuno dei metodi di pagamento disponibili per mezzo delle altre aree specifiche raggiungibili attraverso i link Bonifici, Assegno, Contrassegno e PayPal.

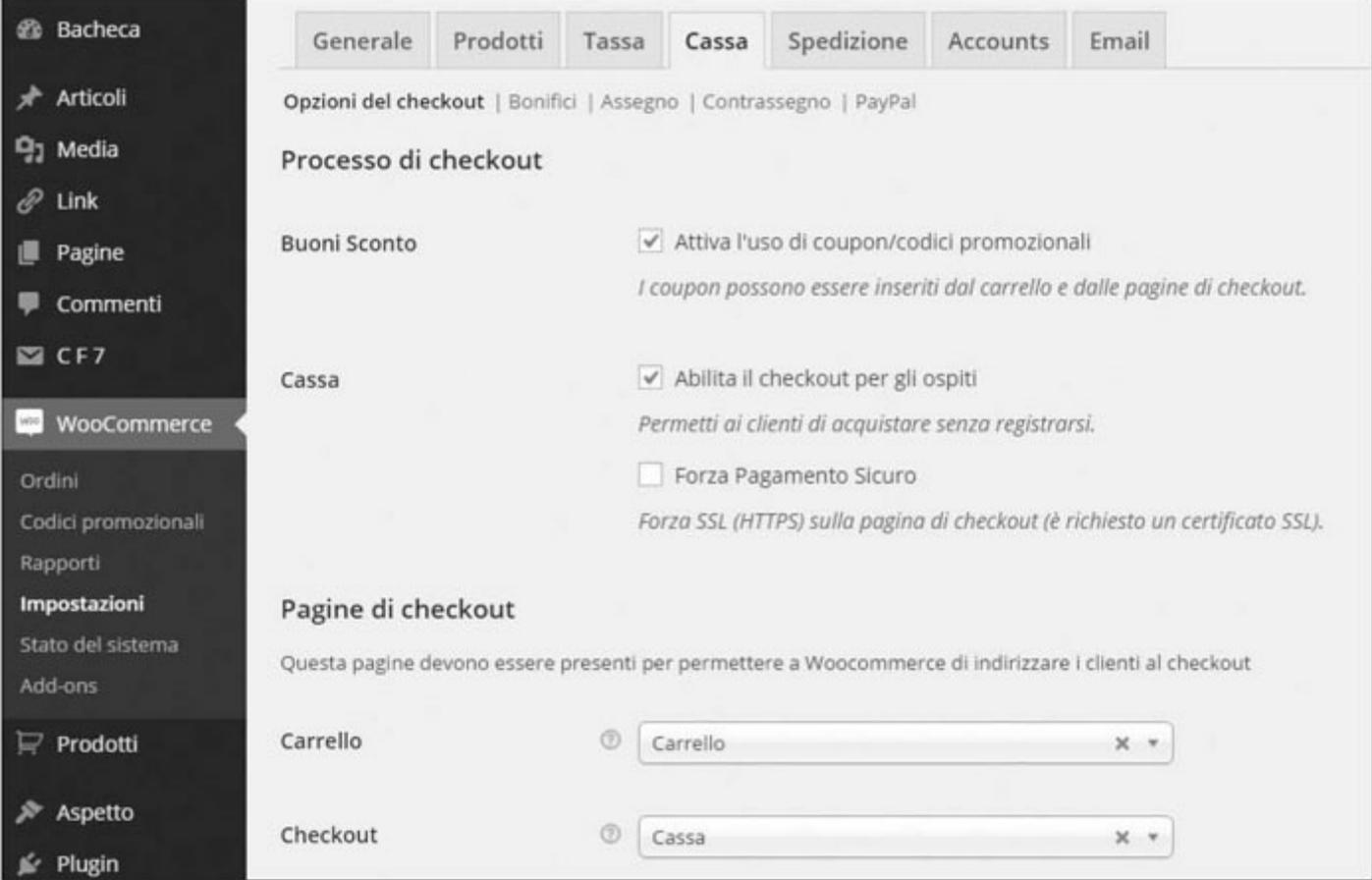


Figura 7.12 – La schermata della scheda *Cassa*, con le diverse opzioni per il pagamento e i link per configurare i quattro metodi di pagamento previsti, ovvero Bonifici, Assegno, Contrassegno e PayPal.

La prima opzione di questa schermata, già attivata, predispose il negozio per l'accettazione di codici sconto (coupon), un elemento che è possibile definire separatamente usando la voce *Codici promozionali* nel menu di WooCommerce. Se non prevedete di utilizzare questo genere di elemento ricordatevi perciò di togliere la spunta dalla casella relativa.

Nelle opzioni relative al pagamento è abilitata la possibilità, per gli utenti non registrati, di raggiungere la cassa (checkout) senza effettuare alcuna registrazione, ma anche in questo caso tocca a voi decidere secondo le vostre esigenze e preferenze. L'opzione per applicare il pagamento tramite certificato di sicurezza, che trovate subito dopo, è utilizzabile soltanto se avete acquistato tale certificato dal vostro fornitore di hosting Web. La sezione *Pagine di checkout* contiene già due opzioni predefinite, nelle quali sono assegnate le pagine per il carrello e la cassa, mentre per i termini e condizioni di vendita sarà necessario assegnare una pagina da voi definita e preventivamente creata e pubblicata.

Le opzioni relative agli *endpoints* definiscono la parte finale dell'URL visualizzato per ogni fase di pagamento ed è possibile personalizzarle (Figura 7.13) oppure lasciare invariato il testo utilizzando quello preimpostato.

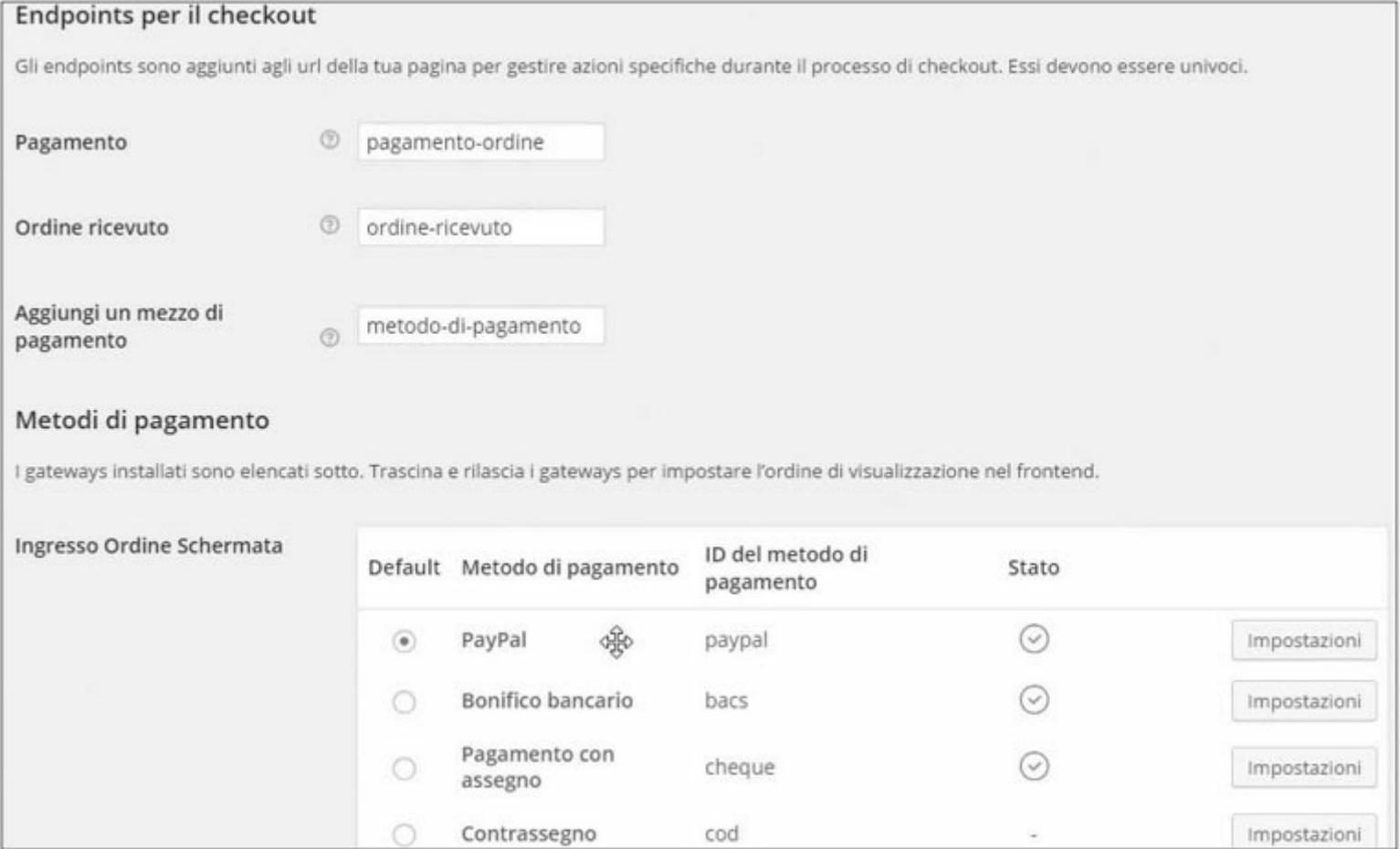


Figura 7.13 – l'area di definizione degli *endpoints* ovvero la parte finale dell'URL visualizzato nel corso del pagamento e la sezione per l'eventuale impostazione del pagamento predefinito e ordinamento dei metodi di pagamento; si noti il pagamento con contrassegno disattivato.

nota
 È essenziale che gli endpoint utilizzati siano univoci, ovvero che non esistano altre pagine contraddistinte dalla stessa dicitura nel permalink. In WordPress questo elemento che identifica la parte finale dell'URL di una pagina viene definito in automatico in base al titolo della pagina o dell'articolo, ma può essere modificato.

Concludete questa schermata il riquadro in cui potete ridefinire l'ordine con cui vengono presentati i diversi metodi di pagamento (semplicemente trascinandoli in verticale), la loro eventuale attivazione tramite la spunta nella colonna Stato e la definizione di quello predefinito cliccando sul pallino a sinistra nella colonna Default.

Cliccando sul pulsante Impostazioni di fianco a ogni metodo di pagamento si raggiungono le schede collegate ai link già visti nella parte alta della schermata, dove è possibile definire appunto i messaggi e le impostazioni relative a ognuno dei metodi scelti, come i dati relativi al conto bancario per i bonifici, l'instestazione per gli assegni oppure l'indirizzo e-mail associato al conto PayPal per i pagamenti tramite quest'ultimo. Potete limitarvi anche in questo caso a personalizzare e inserire i dati fondamentali e i messaggi, tralasciando le opzioni extra che possono rimanere così come predefinite.

nota

La creazione di un conto PayPal è un'operazione guidata e abbastanza intuitiva, anche quando si tratta di un conto Business, pertanto non ne è contemplata la descrizione in questo volume. Trovate informazioni dettagliate e guide sul sito ufficiale di PayPal, dove è disponibile anche una valida assistenza agli utenti.

Impostazioni di spedizione

Per quanto riguarda le spedizioni, WooCommerce prevede varie possibilità nella sua versione base, ma non offre opzioni come il calcolo delle spese di spedizione basato su peso e misure (vedi nota seguente) oppure quello legato a un particolare corriere, funzionalità che richiedono l'acquisto di plugin aggiuntivi.

Come vedremo fra poco, è in ogni caso possibile definire delle speciali categorie associabili ai prodotti e legate a particolari fasce di costo per la spedizione.

nota

Anche se nella versione base, gratuita, di WooCommerce sono previste varie possibilità di configurazione delle spedizioni, l'utilizzo di spese di spedizione legate per esempio al calcolo del peso e delle dimensioni richiede l'acquisto di un plugin aggiuntivo. Come in molti altri casi, è possibile acquistare sia un plugin "ufficiale" dal sito di WooThemes, sia un plugin "alternativo" da un sito diverso. In questo caso il plugin ufficiale è Table Rate Shipping (wpaz.it/167), che al momento di scrivere ha un costo di 199 dollari con licenza per singolo sito, mentre il plugin alternativo è Table Rate Shipping for WooCommerce (wpaz.it/166), che invece costa solo 21 dollari. I due plugin, nonostante la differenza di prezzo, sono equivalenti in quanto a qualità ed efficacia.

Le spese di spedizione sono inizialmente già configurate come attive (Figura 7.14) ma l'unica formula abilitata fra quelle disponibili è la spedizione gratuita, come potrete constatare subito osservando la tabella in fondo alla schermata di configurazione principale della scheda Spedizione. Anche la visualizzazione delle spese di spedizione nel carrello è attiva sin dall'inizio, mentre viene lasciata inizialmente disattivata l'opzione che permette di tenere nascosto tale calcolo finché l'utente non ha inserito l'indirizzo di spedizione.

Figura 7.14 – La schermata principale della scheda *Spedizione*; si notino le cinque modalità disponibili collegate ad altrettanti link e configurabili singolarmente dalle rispettive schermate, e il segno di spunta già applicato all'opzione *Attiva spese di spedizione*.

È poi possibile scegliere la modalità di visualizzazione delle spese di spedizione e l'indirizzo predefinito da utilizzare, oltre alle eventuali località per cui la spedizione è disponibile. Anche queste opzioni, così come le precedenti, possono essere lasciate così come preimpostate, a meno di esigenze particolari.

La tabella dei metodi di spedizione visualizzata a fondo pagina (Figura 7.15) è configurata allo stesso modo di quella già vista per i metodi di pagamento, quindi potete riordinare le diverse opzioni trascinandole, contrassegnare quella predefinita con il pallino nel cerchio della colonna Default e attivarle o disattivarle col segno di spunta nella colonna Stato. Ognuna delle modalità di spedizione può essere infine configurata cliccando sul pulsante Impostazioni corrispondente oppure usando il suo link nella parte alta della schermata.

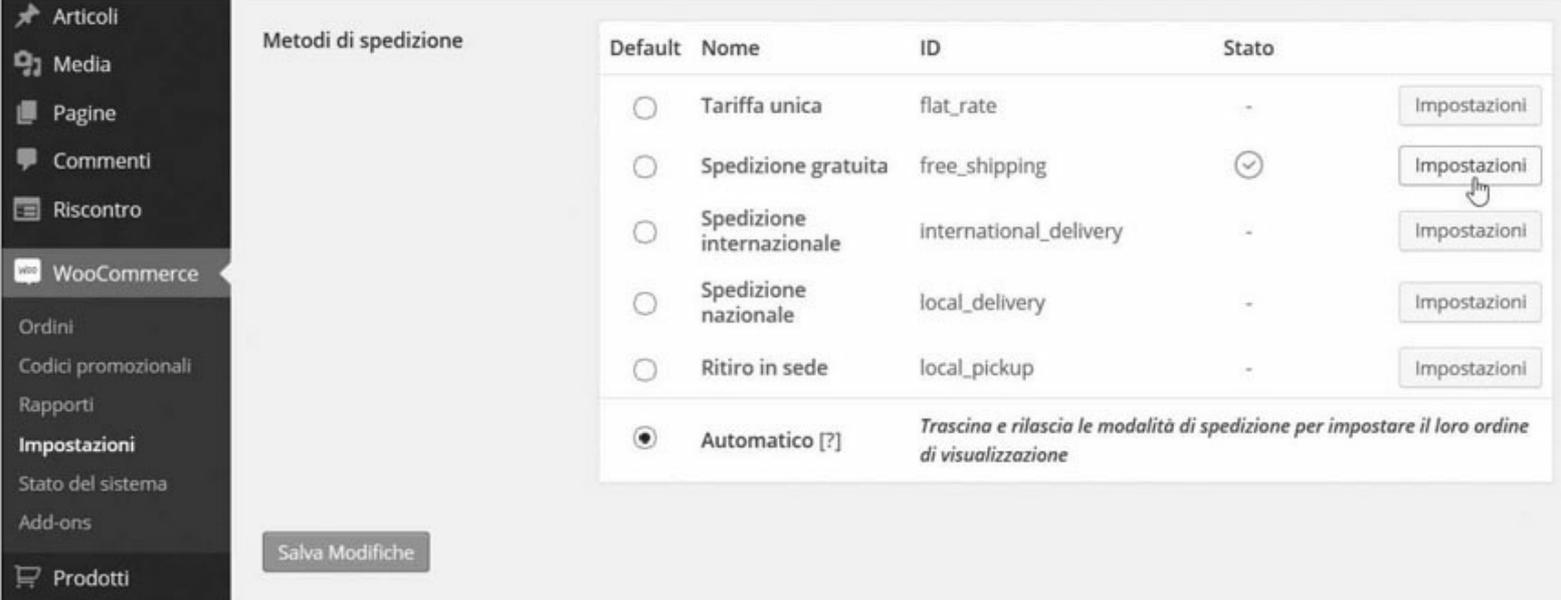


Figura 7.15 – Le modalità di spedizione previste e predefinite di WooCommerce; si noti come inizialmente sia attiva soltanto quella gratuita.

Le modalità di spedizione disponibili sono cinque:

- Tariffa unica**
Si può stabilire un costo forfettario, tassabile o meno, con eventuali tariffe aggiuntive legate ai diversi metodi di spedizione (per es. quelle postali, come prioritaria, raccomandata ecc.). Questi costi aggiuntivi possono inoltre essere applicati all'intero carrello/ordine oppure a ogni singolo pezzo o classe di spedizione.
- Spedizione gratuita**
Alla spedizione gratuita può essere associata la condizione di un minimo di spesa e/o l'utilizzo di un codice promozionale.
- Spedizione internazionale**
Nel caso decidiate di vendere e spedire anche all'estero, potrete configurare questa modalità che è basata su una tariffa fissa applicabile all'intero ordine, a ogni singolo prodotto oppure a ogni classe di spedizione.
- Spedizione nazionale**
La spedizione nazionale può essere basata su un importo fisso globale, oppure su una percentuale dell'importo di spesa (totale carrello) o infine su un importo fisso per prodotto. È anche possibile definire dei CAP specifici cui applicarla e le varie nazioni incluse fra quelle previste per la vendita.
- Ritiro in sede**
Il ritiro in sede non prevede alcuna tariffa ed è anch'esso configurabile per diversi CAP ed eventuali nazioni.

Le classi di spedizione, più volte menzionate in questo capitolo, saranno trattate nel prossimo capitolo essendo associate alla gestione dei prodotti.

Impostazioni dell'account utente

Questa schermata (Figura 7.16) permette di configurare alcuni aspetti relativi alla gestione dell'account di registrazione da parte degli utenti, a partire dalla pagina destinata a tale funzione, che nell'impostazione iniziale è il mio account, una delle quattro pagine predefinite create da WooCommerce in automatico.

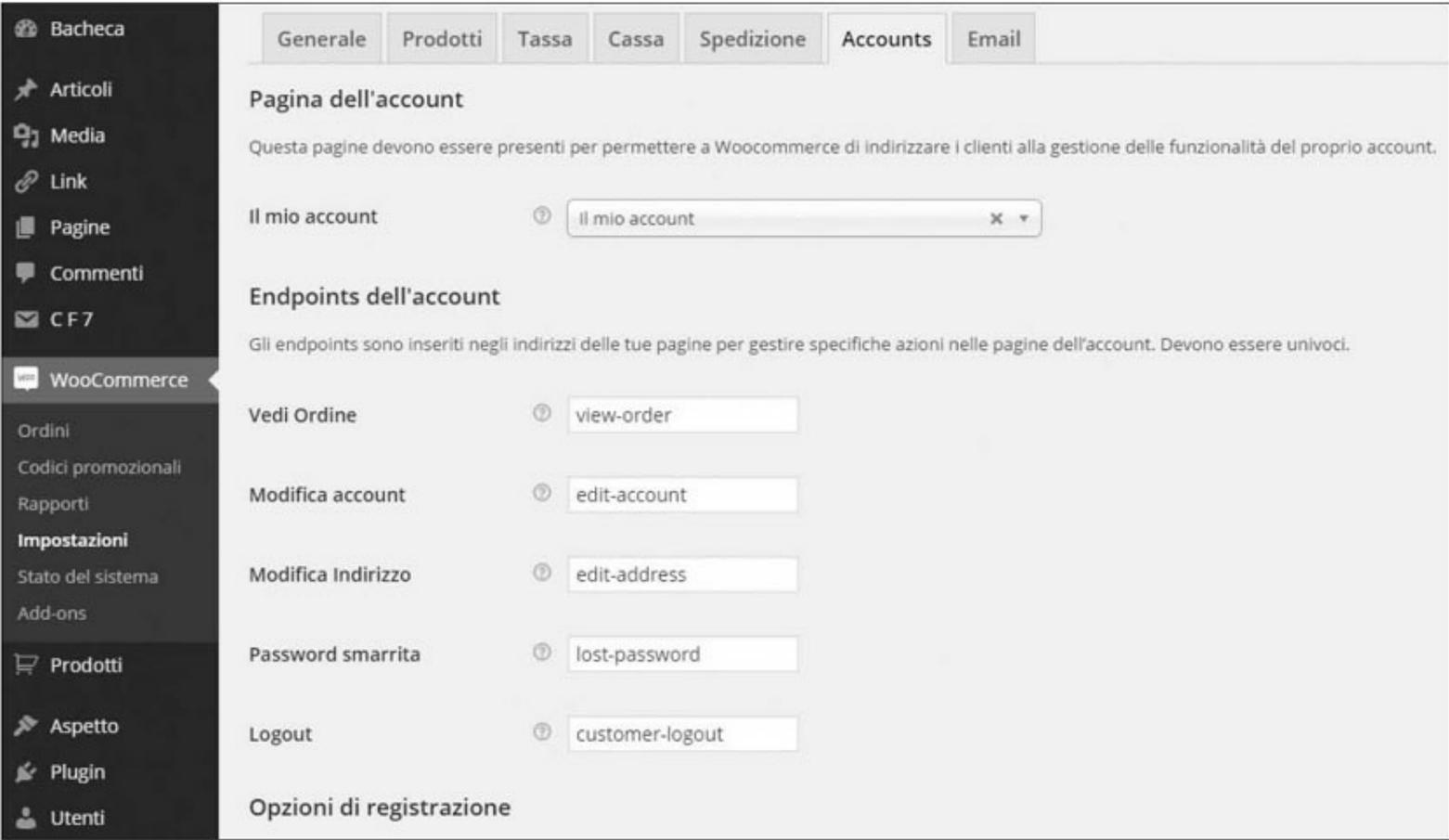


Figura 7.16 – La scheda delle impostazioni per gli utenti; si noti la pagina predefinita dalla quale i clienti potranno gestire il loro account.

nota
Le pagine predefinite di WooCommerce contengono, in sostanza, semplicemente uno "shortcode", ovvero un codice che inserisce nella pagina le informazioni necessarie quando questa viene visualizzata da WordPress. Per esempio, la

Anche in questo caso è possibile ridefinire il testo degli "endpoint" personalizzando gli indirizzi delle diverse pagine di gestione dell'account, oppure lasciandolo come predefinito. Nella sezione Opzioni di registrazione è già attiva la possibilità, per gli utenti, di effettuare la registrazione quando sono nella fase finale dell'acquisto, alla cassa, mentre non è attiva quella che permette loro di registrarsi dalla pagina "Il mio account", quindi starà a voi decidere se offrire tale possibilità o meno.

Nella stessa sezione, è attiva l'opzione che genera il nome utente direttamente dall'indirizzo e-mail, mentre non è attiva quella per la generazione automatica della sua password, quindi anche in questo caso potrete decidere se lasciare l'impostazione predefinita, e consentire al cliente di creare da sé la prima password, oppure fare in modo che sia creata e comunicata in automatico, tenendo presente che in ogni caso il cliente registrato potrà poi cambiare la sua password in seguito, se lo desidera.

nota

Un elemento molto importante per noi italiani, ma che manca nella schermata di registrazione di WooCommerce probabilmente per la sua origine USA, è il campo per l'inserimento della partita IVA o del codice fiscale da parte del cliente. Per includere questo e altri campi potete usare un plugin sviluppato da Netstar Solution di Treviso e chiamato appunto "WooCommerce Extension – Aggiungere CF e P.IVA" (wpaz.it/178) oppure uno dei plugin di personalizzazione del modulo di registrazione che trovate nel quattordicesimo capitolo.

Impostazioni dei messaggi e-mail

La scheda relativa alle impostazioni dei messaggi e-mail inviati da WooCommerce (Figura 7.17) è abbastanza articolata ma comunque facile da gestire. I messaggi preimpostati sono sette, tutti accessibili dai rispettivi link nella parte alta della schermata, mentre nella schermata principale di questa scheda potrete definire le impostazioni generali. Nella prima sezione, Opzioni e-mail mittente, vengono appunto definiti i dati per il mittente dei messaggi, quindi potrete personalizzare il nome e l'indirizzo e-mail in modo che corrispondano a quelli scelti per il negozio.

The screenshot shows the 'Email' settings page in WooCommerce. At the top, there are tabs for 'Generale', 'Prodotti', 'Tassa', 'Cassa', 'Spedizione', 'Accounts', and 'Email'. Below the tabs, there are links for 'Opzioni email', 'Nuovo ordine', 'Ordine in elaborazione', 'Ordine Completato', 'Fattura cliente', 'Nota cliente', 'Resettare la password', and 'Nuovo account'. The main section is titled 'Opzioni email mittente' and contains the following fields:

- 'Da' Nome: Oggettistica Nautica e Marinara
- 'Da' indirizzo Email: info@oggettistica-nautica.com
- 'Email Template': A section with a link to preview templates and a text area for the footer containing 'Oggettistica Nautica - Powered by WooCommerce'.

Figura 7.17 – WooCommerce permette di personalizzare anche i messaggi inviati via e-mail ai clienti a seguito di ogni operazione, modificandone i colori e il testo attraverso la scheda *Email*, l'ultima di quelle incluse nelle *Impostazioni*.

La sezione *Email template*, invece, vi consente di personalizzare il modello utilizzato per i messaggi, visualizzabile cliccando sul link a inizio sezione, aggiungendo per esempio un'immagine per l'intestazione, modificando il testo del piè di pagina e assegnando dei colori diversi all'intestazione, allo sfondo generale e a quello del messaggio e infine allo stesso testo. I colori sono espressi con i valori esadecimali RGB, ma potete selezionarli da una tavolozza oppure ripristinare quelli predefiniti copiandoli e incollandoli dal testo che affianca ognuna delle opzioni. Per quanto riguarda il colore dell'intestazione, WooCommerce provvederà automaticamente a cambiare quello del testo al suo interno nel caso decidiate di usare un colore chiaro, impostandolo in nero anziché in bianco.

nota

I template predefiniti possono essere ulteriormente personalizzati copiandone i file all'interno della cartella del tema attivo, conservando, oltre al nome, anche la struttura di cartella e sotto-cartella come nell'originale (`/WooCommerce/emails/`). Ogni schermata contiene un pulsante "Copia file nel tema" che permette di creare una copia del template all'interno del tema in uso. Lo stesso pulsante cambia così nome e può essere utilizzato per rimuovere la copia del template dal tema. Un'altra possibilità di personalizzazione dei template e-mail di WooCommerce, più ampia e semplice da ottenere, è offerta da specifici plugin, reperibili dalle fonti illustrate nel quattordicesimo capitolo.

Diamo infine uno sguardo ai sette diversi messaggi che è possibile personalizzare:

- Nuovo ordine**
Questo messaggio viene inviato al gestore del sito per avvisarlo che un cliente ha appena fatto un ordine. L'indirizzo e-mail predefinito è quello dell'amministratore, ma può essere personalizzato.
- Ordine in elaborazione**
Si tratta del primo messaggio che l'utente riceve dopo l'acquisto e il pagamento, e contiene i dettagli dell'ordine appena effettuato.
- Ordine Completato**
Questo messaggio (Figura 7.18) viene inviato al cliente quando l'ordine è stato evaso e nel caso di prodotti scaricabili contiene la comunicazione riguardo alla possibilità di download.
- Fattura cliente**
È possibile utilizzare questo messaggio per inviare al cliente la fattura con le eventuali indicazioni per il pagamento (se questo non è già stato effettuato) e il link di download dei prodotti scaricabili.
- Nota cliente**
Questo messaggio viene inviato in automatico quando si aggiunge una nota all'ordine del cliente, per aggiornarlo.
- Resettare la password**
Il cliente riceve questo messaggio solo se richiede l'azzeramento e conseguente possibilità di modifica della propria password, per esempio quando la dimentica.
- Nuovo account**
Questo è il messaggio che il cliente riceve dopo aver creato il suo account sul sito, registrandosi attraverso la pagina del checkout o la pagina *Il mio account*.

nota

Per tutti i messaggi di WooCommerce è possibile scegliere il formato testo in alternativa all'HTML oppure usare un formato misto per conservare i vantaggi di formattazione offerti dall'HTML e prevenire, nello stesso tempo, problemi di leggibilità nel caso il destinatario abbia la sua e-mail configurata come "solo testo".

Ordine Completato

Le email per ordine portato a termine sono inviate al cliente quando un ordine è settato come "completato" e di solito significa che i prodotti nell'ordine sono stati spediti.

Abilita/Disabilita Abilita questa notifica email

Oggetto

Predefinito *Il tuo ordine da {site_title} del {order_date} è stato completato*

Intestazione email

Predefinito *Il tuo ordine è stato portato a termine*

Oggetto (prodotto scaricabile)

Predefinito *Il tuo ordine da {site_title} del {order_date} è stato completato - scarica i file*

Intestazione email (prodotto scaricabile)

Predefinito *Il tuo ordine è stato portato a termine - può procedere con il download dei suoi file.*

Figura 7.18 – Una delle schermate di configurazione della scheda Email nelle impostazioni di WooCommerce; si notino i due tipi di intestazione e messaggio personalizzabili di cui quelli in basso per i prodotti scaricabili.

Nel capitolo seguente vedremo come creare i prodotti del negozio per poter eseguire le prime verifiche sulla corretta visualizzazione delle pagine del negozio e sulle funzionalità di WooCommerce.

Per rendere operativo il vostro negozio online sarà a questo punto necessario creare alcuni prodotti, operazione che si esegue cliccando su *Prodotti* → *Aggiungi prodotto* nella barra dei menu di amministrazione di WordPress.

La creazione di un prodotto, almeno nella sua fase iniziale, non differisce molto da quella delle pagine e degli articoli ed è con questi ultimi che ha maggiori affinità, tuttavia ci sono delle particolarità che giustamente rendono i prodotti ben più complessi e li contraddistinguono come tali, tanto nella creazione quanto, ancora di più, nella loro configurazione che avviene per mezzo di un pannello aggiuntivo collocato sotto l'area di creazione e modifica del contenuto.

Creazione del contenuto per il prodotto

Cliccando su *Prodotti* → *Aggiungi prodotto*, visualizzerete quindi la schermata di creazione del nuovo prodotto (Figura 8.1), in questo caso il primo, ritrovando le familiari aree per la compilazione del titolo e del contenuto e gli altrettanto familiari pannelli per la pubblicazione o per l'aggiunta di categorie, tag e immagine in evidenza.

In questo caso, ovviamente, il titolo dovrà identificare il nome del prodotto, mentre per il testo potete limitarvi alla sua descrizione. Nella parte bassa della schermata troverete, inoltre, un pannello denominato *Descrizione breve* del prodotto, nel quale potrete inserire il testo che sarà visualizzato immediatamente sotto il nome del prodotto e che in genere è una sintesi del testo descrittivo inserito nell'area di composizione principale e viene utilizzato anche nelle visualizzazioni di più prodotti sulla stessa pagina.

Potete limitarvi, per il momento, anche a inserire del solo testo sia per il contenuto principale sia per la descrizione breve, senza includere alcuna immagine.

Figura 8.1 – La schermata di creazione e modifica di un prodotto, in questo caso riorganizzata per evidenziare le differenze rispetto a quella di pagine e articoli; si notano a destra i pannelli per l'assegnazione delle categorie e dell'immagine in evidenza e, fra i due pannelli, quello nuovo per l'aggiunta di immagini alla galleria del prodotto. Sotto all'area di creazione del contenuto è parzialmente visibile il pannello di configurazione del prodotto.

Sarà importante, invece, utilizzare il pannello *Immagine in evidenza* per assegnare l'immagine principale del prodotto, caricandola da computer o selezionandola dalla *Libreria media* se si tratta di un'immagine già caricata in precedenza.

Inoltre, utilizzando il pannello *Galleria Prodotto* potrete aggiungere altre immagini che saranno utilizzate a corredo di quella principale per meglio illustrare il prodotto.

Nel pannello delle categorie, in questo caso rinominato *Categorie prodotto*, è possibile appunto definire o selezionare, se è stata già creata, una categoria e/o sotto-categoria per una più efficiente catalogazione e conseguente navigazione da parte del pubblico e indicizzazione da parte dei motori di ricerca. Per aggiungere o assegnare una sotto-categoria è importante che la categoria principale, detta *Categoria Prodotto Genitore*, sia stata già creata e selezionata nel relativo menu.

Volendo, potete anche inserire qualche tag per meglio catalogare il prodotto e facilitarne il reperimento e l'identificazione.

A questo punto, se visualizzate l'anteprima del prodotto (Figura 8.2) potrete vedere già una sua parziale rappresentazione e rendervi conto delle differenze rispetto a un articolo standard di WordPress. Mancano ancora, tuttavia, gli elementi associati al suo aspetto "commerciale", che potrete aggiungere fra poco seguendo le istruzioni contenute nei paragrafi seguenti e relativi al pannello dei *Dati prodotto*.



Marinaio portabottiglia ubriaco

Marinaio portabottiglia ubriaco in ceramica.

Categorie: marinai porta bottiglia, soprammobili.



Descrizione

Descrizione prodotto

Questo simpatico porta-bottiglia in ceramica riproduce il soggetto di un marinaio ubriaco che sfida i flutti su una zattera di fortuna che in realtà è parte di un relitto.

Figura 8.2 – Il prodotto così come appare al pubblico in questa prima fase; si noti la descrizione breve visualizzata subito sotto il titolo/nome del prodotto, quella estesa in basso, corredata da un'immagine per la galleria, l'immagine principale derivata da quella in evidenza e, infine, la categoria e sotto-categoria assegnata al prodotto.

Configurazione di base del prodotto e test di verifica

Come avrete già notato, al di sotto dell'area di composizione e modifica del contenuto è presente un nuovo pannello identificato come **Dati prodotto**. Si tratta di un pannello suddiviso in schede selezionabili da una serie di etichette disposte verticalmente, di cui la prima, **Generale**, è quella inizialmente già aperta in quanto contiene i dati fondamentali del prodotto (Figura 8.3).

Partendo proprio dalla scheda **Generale** cominciate assicurandovi che il **Tipo di prodotto** sia quello dell'impostazione predefinita, ovvero un **Prodotto semplice**. Le altre tipologie di prodotto saranno esaminate più avanti.

Potete ora inserire un eventuale codice univoco per il prodotto, nel campo identificato dalla sigla **COD**. Si tratta di un codice identificativo opzionale che potete definire a vostra discrezione o ricavare da un codice già definito dal produttore, che potrebbe aiutarvi in seguito nella gestione dei prodotti e degli ordini.

Dati prodotto — Prodotto semplice		Virtuale: <input type="checkbox"/> Scaricabile: <input type="checkbox"/>	
Generale	COD	marpb001 ⓘ	
Inventario	Prezzo di listino (€)	35	
Spedizione	Prezzo di saldo (€)	29	
Articoli collegati	Date per il prezzo di saldo	2014-12-28 ⓘ	2014-12-31 ⓘ Annullare
Attributi	Stato Tasse	Tassabile ▼	
Avanzato	Classe fiscale	Standard ▼	

Figura 8.3 – Il pannello **Dati prodotto** con i campi della scheda **Generale** compilati per un prodotto standard (**Prodotto semplice**); si notino i due prezzi rispettivamente di listino e saldo, il periodo dello sconto pianificato e infine le due opzioni per gli aspetti fiscali del prodotto.

I due campi sotto il **COD** sono quelli del prezzo, che viene diviso in **Prezzo di listino** e **Prezzo di saldo**. Quest'ultimo va utilizzato soltanto se al prodotto è applicato uno sconto e in questo caso il prezzo originale sarà visualizzato come barrato e seguito da quello promozionale evidenziato, inoltre sarà aggiunta la scritta "IN OFFERTA!" prima del nome del prodotto (Figura 8.4). Sarà inoltre possibile impostare un periodo specifico per lo sconto, utilizzando i due campi identificati come **Date per il prezzo di saldo**, cliccando sulle due icone dei calendari e scegliendo la data iniziale e quella finale.

La parte finale della prima scheda contiene le opzioni fiscali relative al prodotto, ovvero lo **Stato tasse**, in cui si stabilisce se il prodotto è tassabile, se va tassata solo la spedizione oppure se entrambi sono esenti da tassazione, e la **Classe fiscale** che invece viene scelta fra quelle impostate nella scheda **Tasse delle Impostazioni** di WooCommerce, come già illustrato nel capitolo precedente.

nota

È importante ricordare come le opzioni scelte per la tassazione nella parte finale della scheda **Tasse delle Impostazioni** di WooCommerce influiscano sul prezzo visualizzato, in particolare per l'inclusione della tassa (per es. l'IVA), sia nella visualizzazione del prodotto, sia nella fase d'acquisto.



The screenshot shows a product page for 'Marinaio portabottiglia ubriaco'. On the left is a large image of a ceramic bottle holder with a sailor figure. Below it is a smaller thumbnail. The main content area features a 'IN OFFERTA!' badge, the product title, a price reduction from €35,00 to €29,00 (IVA inclusa), and a description: 'Marinaio portabottiglia ubriaco in ceramica.' Below the description is a quantity selector with a minus sign, a box containing '1', and a plus sign. To the right is an 'Acquista' button. Further down, the COD is 'marpb001' and categories are 'marinai porta bottiglia, soprammobili.' At the bottom, there are two tabs: 'Descrizione' and 'Descrizione prodotto', with the latter being selected.

Figura 8.4 – La scheda prodotto così come appare dopo la compilazione delle informazioni principali; si noti la presenza del pulsante d'acquisto e di quelli per gestire le quantità, visualizzati in quanto è stato appunto definito il prezzo del prodotto nel backend.

Procedete in questo modo:

- 1. Visualizzate il prodotto**
Potete farlo direttamente dall'elenco prodotti, visualizzando quest'ultimo dal menu **Prodotti** e poi spostandovi sul nome del prodotto e cliccando sul link **Vedi** che compare sotto di esso.
- 2. Acquistate il prodotto**
Una volta che il prodotto è visualizzato (Figura 8.4) cliccate sul pulsante **Acquista** e, nella schermata successiva, sul link **Vedi il carrello** che viene visualizzato sopra la scheda del prodotto, all'interno del banner di conferma.
- 3. Gestite il carrello**
Quando il carrello viene visualizzato, verificate che gli importi e le aliquote siano mostrati correttamente e, se avete configurato delle spese di spedizione, controllate che queste ultime siano applicate. In caso di incongruenze ricordate che dovete controllare sia le Impostazioni di WooCommerce sia quelle del prodotto stesso. Potete anche testare l'incremento di quantità del prodotto e il conseguente aggiornamento del carrello tramite l'apposito pulsante.
- 4. Testate il checkout**
Cliccate su **Concludi Ordine** e passate alla cassa, registrandovi compilando tutti i campi necessari, se non avete già creato un profilo cliente di prova in precedenza. Selezionate inizialmente il pagamento con bonifico bancario o con assegno, se li avete configurati, in quanto potrete così testare tutto senza dover passare dal pagamento via PayPal. Potrete testare quest'ultimo in seguito inserendo, per esempio, un prezzo di pochi centesimi per il prodotto usato nel test. Cliccate su **Effettua Ordine** per completare l'acquisto.
- 5. Verificate l'invio dei messaggi e-mail**
L'ultima schermata visualizzata dovrebbe contenere un riepilogo dell'ordine, ma nello stesso tempo WooCommerce dovrebbe avere già inviato il messaggio di avvenuto ordine al gestore del sito (Figura 8.5) e nello stesso tempo il riepilogo dell'ordine all'indirizzo del cliente (potete utilizzare anche lo stesso indirizzo per entrambi, in questa fase). Verificate la ricezione di tutti i messaggi (controllando nello spam se non li trovate nella posta in arrivo) e la loro correttezza.

Nuovo ordine cliente

Hai ricevuto un ordine da Bonaventura Bello. L'ordine è il seguente:

Ordine: #1164 (29 dicembre 2014)

Prodotto	Quantità	Prezzo
Marinaio portabottiglia ubriaco (#marpb001)	1	€ 23,77 (esc. IVA)
Subtotale carrello:		€ 23,77 (esc. IVA)
Spedizione:		Spedizione gratuita
IVA:		€ 5,23
Metodi di pagamento:		Pagamento con assegno
Totale ordine:		€ 29,00

Dettagli cliente

Figura 8.5 – Un esempio dei messaggi inviati da WooCommerce, in questo caso si tratta del messaggio inviato al gestore quando un cliente effettua un ordine.

Una volta che avrete testato tutto il processo d'acquisto, potrete passare alla compilazione degli altri dati prodotto. Ci occuperemo della gestione ordini nel capitolo successivo, quindi per il momento tralasciate questo aspetto in modo da completare la parte relativa alla creazione dei prodotti.

Informazioni e opzioni d'inventario

WooCommerce permette di gestire una sorta di magazzino con inventario dei prodotti, utilizzando la seconda scheda del pannello **Dati prodotto**, che si chiama appunto **Inventario** (Figura 8.6).

Dati prodotto — Prodotto semplice Virtuale: Scaricabile:

Generale

Gestire magazzino? *Abilita gestione inventario nei prodotti*

Inventario

Quantità in stock: ⓘ

Permetti ordini in prenotazione: ⓘ

Status magazzino: ⓘ

Avanzato

Venduto singolarmente *Abilita per permettere che solo un pezzo di questo prodotto possa essere acquistato in un singolo ordine.*

Figura 8.6 – La scheda Inventario del pannello **Dati prodotto**; si noti l'opzione **Gestire magazzino?** attiva e, al di sotto il campo, e il menu che compaiono in questo caso, permettendo di definire la quantità di pezzi in stock del prodotto e la possibilità di prenotarlo quando non disponibile.

Per attivare la gestione dell'inventario di un prodotto è necessario prima di tutto mettere il segno di spunta sulla casella della voce **Gestire magazzino?** in modo da far comparire immediatamente al di sotto il campo **Quantità in stock**, in cui va inserita la quantità di pezzi del prodotto attualmente disponibile.

Insieme a questo nuovo campo viene anche visualizzato il menu che permette di attivare la possibilità dei preordini, quella che consente ai clienti di acquistare un prodotto anche se non è attualmente disponibile, ovvero la quantità in stock è zero o inferiore, prenotandolo. Le opzioni di prenotazione sono tre: la prima esclude tale possibilità, la seconda permette la prenotazione ma visualizza un avviso nella scheda prodotto, la terza permette l'acquisto ma senza visualizzare alcun avviso.

La penultima opzione della scheda **Inventario** è visibile anche se non è attiva la gestione magazzino e si riferisce allo status del prodotto, ovvero se lo stesso è disponibile oppure esaurito. Selezionando l'opzione **Esaurito** dal menu corrispondente, al posto del pulsante d'acquisto e dei pulsanti di scelta della quantità sarà visualizzata soltanto la scritta "Esaurito".

In fondo alla scheda **Inventario**, infine, trovate un'ultima opzione, anch'essa sempre presente, con la quale potete stabilire che del prodotto può essere acquistato soltanto un singolo pezzo. Attivandola, infatti, spariranno i pulsanti di definizione della quantità dalla scheda prodotto.

nota

Se decidete di utilizzare le opzioni della scheda **Inventario**, ricordatevi di effettuare nuovi test in modo da verificare la correttezza delle impostazioni e il loro effetto sulle possibilità di acquisto del prodotto. In particolare, è opportuno esercitarsi con le diverse opzioni di preordine e verificare anche in questo caso i messaggi pervenuti al cliente e al gestore del negozio.

Informazioni e classi di spedizione

Anche se, come ho già avuto modo di sottolineare, WooCommerce non gestisce nella sua versione di base il calcolo della spedizione in base a parametri come peso e dimensione, questi ultimi possono essere assegnati a ogni articolo all'interno della scheda **Spedizione**, nella quale è anche possibile associare una **classe di spedizione**, attributo che ora andremo a esaminare più da vicino.

I dati relativi al peso e alle misure del prodotto, una volta inseriti, saranno visualizzati insieme alla sua descrizione all'interno di una nuova scheda denominata **Informazioni aggiuntive** (Figura 8.7). Saranno inoltre utili qualora si decida di acquistare un plugin in grado di gestire il calcolo delle spese di spedizione secondo tali parametri, come i due plugin commerciali menzionati in precedenza.



IN OFFERTA!

Marinaio portabottiglia ubriaco

€35,00 € 29,00 (IVA inclusa)

Marinaio portabottiglia ubriaco in ceramica.

- 1 +

Acquista

COD: marpb001. Categorie: marinai porta bottiglia, soprammobili.

Descrizione

Informazioni aggiuntive

Informazioni aggiuntive >

Peso

1 kg

Dimensioni

15 x 12 x 25 cm

Figura 8.7 – La nuova scheda *Informazioni aggiuntive* visualizzata nel momento in cui si compilano i campi di peso e misure nella scheda *Spedizione* del prodotto.

Per quanto riguarda le classi di spedizione, possono essere definite usando l'omonima voce del menu *Prodotti* e la loro creazione e gestione ricorda quella delle categorie. Cliccando su *Prodotti* → *Classi Spedizione* accederete infatti alla schermata in cui potrete definire il nome della classe o delle classi desiderate. Per restare nell'esempio utilizzato finora, è stata definita la classe "soprammobili" associandola poi al prodotto del marinaio porta-bottiglie all'interno della scheda *Spedizione* del pannello *Dati prodotto* corrispondente.

Creare semplicemente una classe e assegnarla a un prodotto non serve a molto, se la classe stessa non trova un'applicazione concreta. Nell'esempio visto finora, la classe "soprammobili" è stata infatti utilizzata nella schermata delle impostazioni per la *Tariffa unica* nella scheda *Spedizione* delle impostazioni di WooCommerce (Figura 8.8), applicandovi un costo aggiuntivo di imballaggio trattandosi di una classe in cui rientrano oggetti facilmente danneggiabili se non protetti.

Abilita/Disabilita	<input checked="" type="checkbox"/> Abilita questo metodo di spedizione		
Nome metodo	<input type="text" value="Spedizione veloce (2-3 gg)"/>		
Disponibilità	<input type="text" value="Tutte le nazioni abilitate"/>		
Stato Tasse	<input type="text" value="Nessuno"/>		
Costo per ordine	<input type="text" value="5"/>		
Tariffe aggiuntive	<input type="text" value="Opzione Nome Costo aggiuntivo [+/- Percentuale%] Tipologia di costo (ordine, classe o prodotto)"/>		
Costi aggiuntivi			
Le spese supplementari possono essere aggiunte di seguito – queste saranno tutte aggiunte al costo del preordine sopra.			
Costi aggiunti...	<input type="text" value="Per classe - imposta una tariffa per ogni classe di spedizione presente nell'ordine"/>		
Costi:			
<input type="checkbox"/>	Classe Spedizione	Costo [?]	Costo imballaggio [?]
	Qualsiasi classe	<input type="text" value="N/A"/>	<input type="text" value="N/A"/>
<input type="checkbox"/>	soprammobili	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="5"/>

Figura 8.8 – La schermata *Tariffa unica* della scheda *Spedizione* nelle impostazioni di WooCommerce con un esempio di configurazione personalizzata; si noti il nome assegnato alla spedizione, la tassazione non applicata, il costo fisso per ordine e infine la classe di spedizione con spese di imballaggio aggiuntive.

La definizione di una tariffa unica è importante per stabilire, per esempio, un costo fisso per ordine (Figura 8.8), possibilmente assegnando alla tariffa un nome che definisca il tipo di spedizione e decidendo se al costo di spedizione dovranno essere applicate le tassazioni attive (per es. l'IVA).

Nello stesso tempo, è possibile configurare per esempio la spedizione gratuita per ordini superiori a un certo importo (Figura 8.9) all'interno della schermata *Spedizione gratuita* della scheda *Spedizione*.

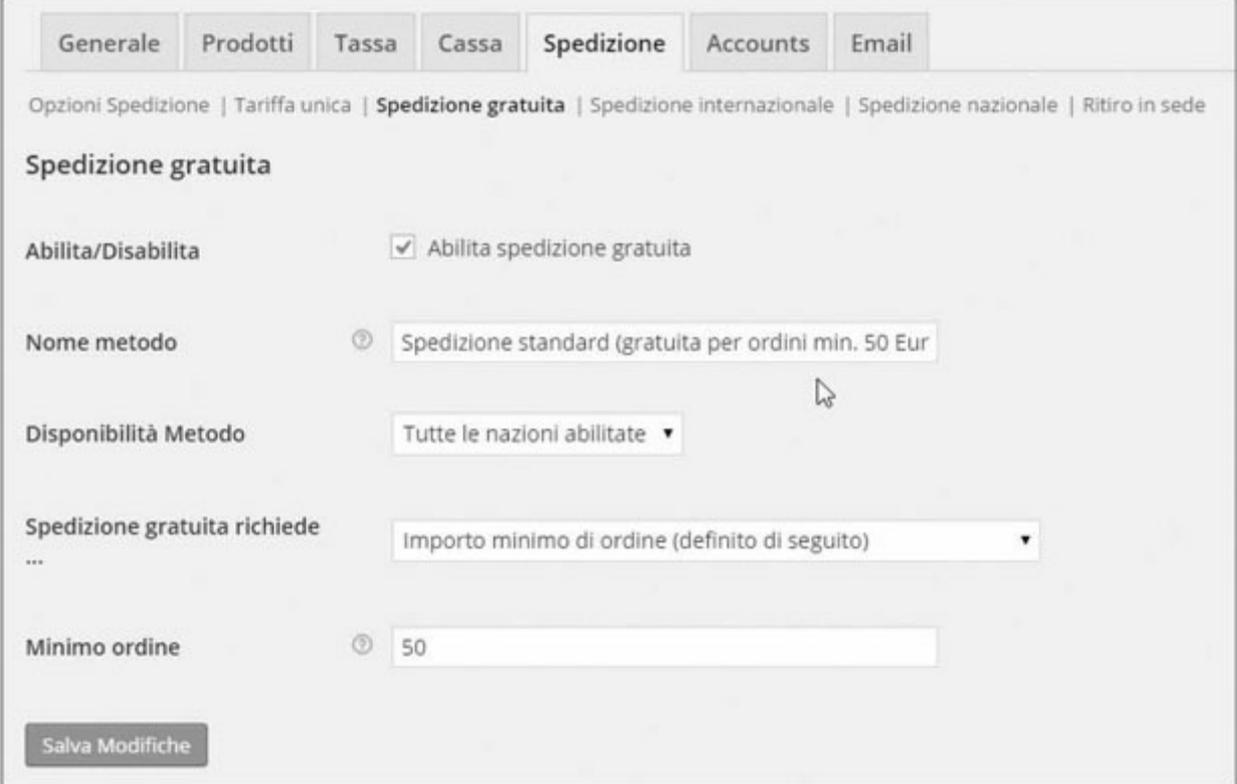


Figura 8.9 – La schermata della spedizione gratuita; si noti il nome personalizzato con la specifica delle condizioni per l’ottenimento, la condizione necessaria specificata, in questo caso un importo minimo dell’ordine, e infine l’importo stesso.

nota

Anche e soprattutto in questo caso è importante verificare con una serie di test di acquisto simulato l’applicazione delle tariffe di spedizione configurate. Inoltre, è consigliabile attivare, durante la configurazione, l’opzione *Modalità Debug Spedizione* presente nella parte bassa della schermata raggiungibile cliccando sulla voce Stato del sistema del menu WooCommerce e successivamente sulla scheda *Strumenti*. Quest’opzione disabilita la cache delle tariffe di spedizione e va poi nuovamente disattivata quando si termina il lavoro di configurazione delle stesse.

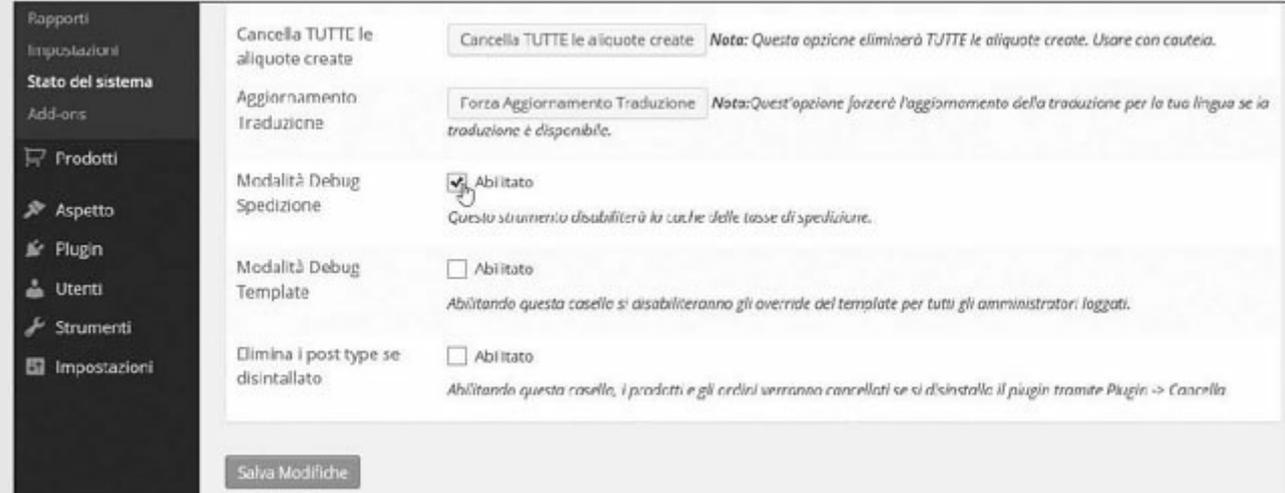


Figura 8.10 – L’opzione *Modalità Debug Spedizione*, presente in fondo alla scheda *Strumenti* della schermata Stato del sistema, raggiungibile cliccando su quest’ultima voce nel menu di amministrazione di WooCommerce.

Articoli collegati

L’elemento promozione e marketing è fondamentale in un sito e-commerce, di conseguenza WooCommerce mette a disposizione diversi strumenti idonei a influenzare positivamente l’acquisto da parte del pubblico, come il già visto prezzo scontato confrontato con quello di listino, oppure l’utilizzo di coupon, che affronteremo più avanti, o ancora i suggerimenti riguardo ai prodotti correlati, di cui ci occuperemo proprio in questo paragrafo.

La scheda *Articoli collegati* nel pannello *Dati prodotto* (Figura 8.11) permette di associare altri prodotti che in qualche modo potrebbero essere acquistati insieme a quello che si sta configurando, in modo che siano suggeriti all’acquirente. Nell’esempio utilizzato del marinaio porta-bottiglia, potrebbero essere associati prodotti che rientrano fra gli apri-bottiglie o i cavatappi, tanto per menzionarne due.

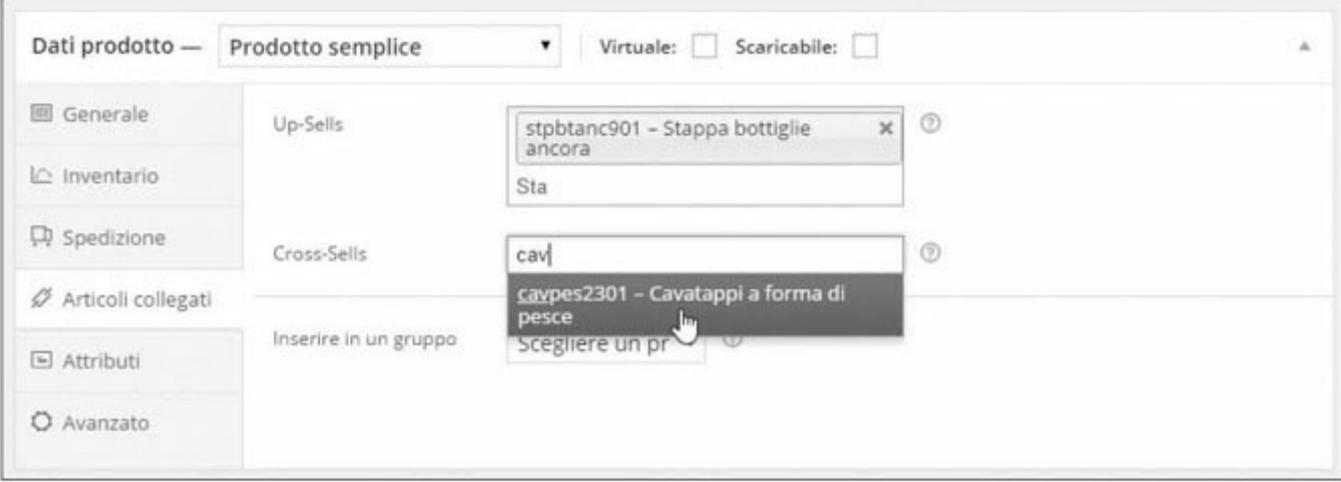


Figura 8.11 – La scheda *Articoli collegati* con i due campi *Up-Sells* e *Cross-Sells*, in cui inserire, attraverso una ricerca guidata, altri prodotti che saranno visualizzati rispettivamente nella scheda del prodotto configurato e nel carrello quando questo viene acquistato; si noti come digitando la parte iniziale del nome di un prodotto quest'ultimo venga automaticamente suggerito sotto forma di pulsante per l'inserimento rapido.

All'interno della scheda sono presenti due diverse categorie di prodotti suggeriti, classificate come *Up-Sells* e *Cross-Sells*, due termini propri del marketing. I prodotti inseriti nel campo corrispondente alla prima categoria saranno visualizzati all'interno della scheda del prodotto che si sta configurando, mentre quelli inseriti nel campo della seconda compariranno solo all'interno del carrello quando il prodotto viene acquistato.

Per includere un prodotto fra quelli suggeriti, basta digitare una parte del suo nome (Figura 8.11), attendere che sia visualizzato un prodotto contenente la parte di testo digitata e che il nome di quest'ultimo sia inserito in un pulsante cliccando sul quale si potrà aggiungere istantaneamente il prodotto suggerito.

nota
I prodotti suggeriti non vanno confusi con gli articoli collegati, questi ultimi, infatti, vengono visualizzati automaticamente da WooCommerce basandosi sull'affinità delle categorie e tag dei prodotti (Figura 8.12).

Potresti essere interessato a...



Stappa bottiglie ancora

IN OFFERTA!

€ 4,00 € 3,50 (IVA inclusa)

Acquista



Cavatappi a forma di pesce

IN OFFERTA!

€ 5,00 € 4,50 (IVA inclusa)

Acquista

Totale Carrello

Subtotale Carrello	€ 23,77 (esc. IVA)
Spedizione e gestione	Spedizione veloce (2-3 gg): € 10,00
IVA	€ 5,23
Totale ordine	€ 39,00

Calcolo spedizione

Nota: Le spese di spedizione sono solo stimate e saranno calcolate esattamente al momento dell'acquisto, in base alle informazioni di fatturazione e di spedizione fornite.

Figura 8.12 – Un esempio di prodotti suggeriti configurati con la scheda *Articoli collegati*, inseriti come *Cross-Sells* quindi visualizzati all'interno del carrello quando il prodotto cui sono associati viene acquistato.

Attributi, variazioni e prodotti variabili

Nel commercio online, come in quello offline, si può avere a che fare con prodotti che sono disponibili con varie tipologie legate ad attributi come la misura, il colore o altro. WooCommerce gestisce questa eventualità per mezzo degli *Attributi* e delle *Variazioni*, combinando entrambi nella definizione dei cosiddetti "prodotti variabili".

Ipotizziamo di voler mettere in vendita, per esempio, un orologio da polso disponibile con cinturino di due diversi colori. In questo caso l'attributo è il colore del cinturino e va prima di tutto definito cliccando su *Prodotti* → *Attributi* nel menu di amministrazione di WordPress per accedere alla schermata *Attributi* (Figura 8.13), inserendo quindi il nome nel primo campo e cliccando infine sul pulsante *Aggiungi attributo* in basso per completare l'inserimento.

Una volta che l'attributo è visualizzato nella tabella a destra della schermata, è necessario cliccare sul pulsante alla sua destra, rappresentato da un quadrato con una figura circolare al centro (Figura 8.13), per accedere a una schermata successiva dove si potranno inserire in una nuova tabella tutti i valori associati alla variazione appena creata, usando lo stesso sistema e confermando di volta in volta col relativo pulsante in basso. Nell'esempio, l'attributo *colore cinturino* avrà come valori associati *blu* e *nero*.

Attributi

Aggiungi nuovo attributo

Gli attributi consentono di definire i dati extra del prodotto, come la dimensione o il colore. È possibile utilizzare questi attributi nella barra laterale negozio con il widget "layered nav". Attenzione: non è possibile rinominare un attributo in seguito.

Nome

Nome per l'attributo (visibile sul front-end).

Slug

Slug / riferimento unico per l'attributo, deve essere inferiore a 28 caratteri.

Tipo
 Seleziona ▼

Stabilisce come selezionare gli attributi dei prodotti.

Nome	Slug	Tipo	Ordine per	Termini
cucina e tavola	cucina-e-tavola	Select	Nome	accessori, posateria, utensili
colore cinturino	colore-cinturino	Select	Ordinamento personalizzato	Configura termini e condizioni

Figura 8.13 – La schermata di inserimento degli attributi per i prodotti, raggiungibile dicendo sulla voce *Attributi* del menu *Prodotti* nel backend di WordPress; si notino a destra due attributi già inseriti con a fianco i pulsanti per l'inserimento dei valori (termini) corrispondenti, che nel primo caso sono stati già inseriti.

Una volta completata questa fase, sarà possibile configurare il prodotto variabile usando i dati appena inseriti, quindi create il nuovo prodotto o accedete a un prodotto esistente se lo avevate già creato e volete trasformarlo in prodotto variabile. Selezionando *Prodotto variabile* dal menu principale del pannello *Dati prodotto*, vedrete scomparire i prezzi e comparire una nuova scheda denominata *Variazioni*. I prezzi saranno assegnati successivamente in funzione delle variazioni del prodotto.

Accedere intanto alla scheda *Attributi* e selezionare dal menu *Attributo personalizzato* per il prodotto l'attributo che avete creato in precedenza, che nell'esempio è *colore cinturino*, dicendo poi sul pulsante *Aggiungi* per confermare. Potete a questo punto inserire nel campo *Valore(i)* le varianti per il colore del cinturino che avete creato in precedenza, ovvero *blu* e *nero*, dicendo nel campo stesso e selezionandoli uno per volta. Completata questa seconda fase, attivate le opzioni *Usato nelle variazioni* e *Visibile nella pagina prodotto* e infine cliccate sul pulsante *Salva attributi* per confermare il tutto. A questo punto potete accedere alla nuova scheda *Variazioni*, dove sarà possibile cliccare sul pulsante *Aggiungi variazione* per impostare i dati di ognuna delle varianti del prodotto (Figura 8.14), per esempio il codice identificativo, il prezzo, la disponibilità in magazzino e così via. Potete anche intervenire su un solo parametro includendo tutte le varianti di prodotto, per esempio per unificarne il prezzo oppure applicare uno sconto in percentuale sul prezzo di ognuna, usando il menu *Scegli un campo da modificare in massa* e cliccando sul pulsante *Vai* dopo aver scelto quale aspetto modificare.

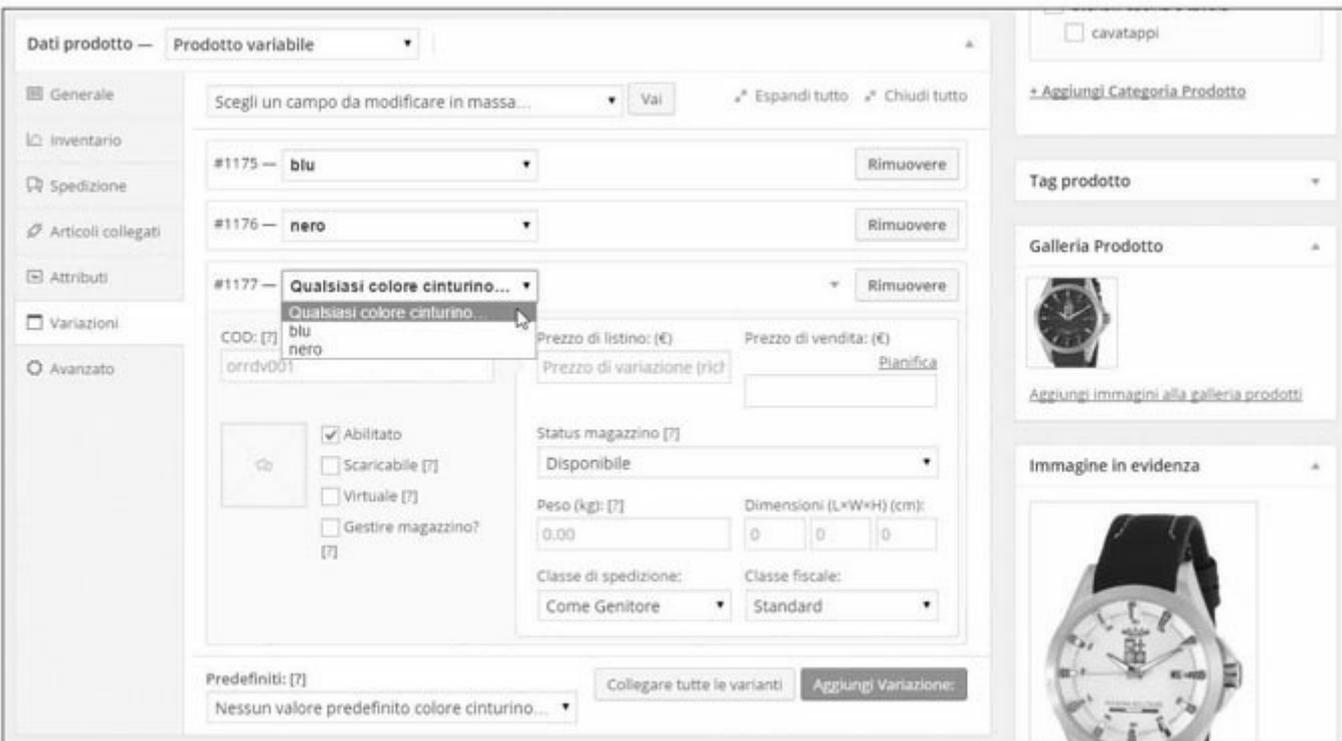


Figura 8.14 – La scheda per la modifica delle variazioni di prodotto; si notino i campi che è possibile impostare in modo diverso in parte o completamente per ogni singola variante del prodotto, ma anche il menu *Scegli campo da modificare in massa* e il pulsante *Collegare tutte le varianti* che permettono di agire su più elementi nello stesso tempo.

Il pulsante *Collegare tutte le varianti*, invece, apre automaticamente una scheda per ogni variante del prodotto, permettendovi di configurare il tutto contemporaneamente, anziché selezionare ogni singola variante e aprirla come nella procedura appena vista. Ricordate, ovviamente, di confermare tutte le impostazioni cliccando sul pulsante *Pubblica* (o *Aggiorna* se si tratta di un prodotto già pubblicato) nel primo pannello in alto a destra della schermata di creazione e modifica del prodotto, prima di andare a verificare il risultato visualizzando il prodotto e testandone le varianti e l'acquisto sulla parte visibile al pubblico (*frontend*) del sito. (Figura 8.15).

nota

La differenza fra *Variazioni* e *Attributi* è che questi ultimi possono esistere anche senza che il prodotto subisca delle variazioni (di prezzo o altro) nel momento in cui l'utente sceglie un attributo, per es. colore o misura, prima di acquistare il prodotto. In questo caso, però, dovranno essere associati a un prodotto semplice anziché variabile e saranno visualizzati soltanto nella scheda *Informazioni aggiuntive* del prodotto sul frontend, quindi non selezionabili. Nell'esempio dell'orologio appena visto, si tratta di un prodotto variabile per il quale è stato applicato lo stesso prezzo a entrambe le varianti, il che ne permette la selezione senza che il prezzo sia modificato.



Orologio Rosa dei Venti Marina Militare

€ 198,00 (IVA inclusa)

Orologio da polso Rosa di Venti.

colore cinturino

blu
Scegli un'opzione...
blu
nero

COD: orrdv001. Categorie: orologi, orologi da polso.



Figura 8.15 – Il prodotto variabile dell'esempio, un orologio da polso, così come appare nel frontend del sito dopo le impostazioni; si noti il menu che permette la scelta del colore per il cinturino.

Opzioni aggiuntive per i prodotti

L'ultima scheda del pannello Dati prodotto, Avanzato, contiene tre opzioni (Figura 8.16). La prima, Nota d'acquisto, è rappresentata da un campo in cui è possibile digitare una nota che sarà inviata al cliente quando acquista il prodotto, quindi può risultare utile per fornire informazioni aggiuntive non pubblicate sul sito.

Dati prodotto — Prodotto semplice

Virtuale: Scaricabile:

Generale

Inventario

Spedizione

Articoli collegati

Attributi

Avanzato

Nota d'acquisto

Ordine del menu

Attiva le recensioni

Figura 8.16 – La scheda Avanzato con le sue tre opzioni per inserire una nota d'acquisto, impostare una posizione per il prodotto negli elenchi e attivare le recensioni.

La seconda, Ordine nel menu, permette di assegnare al prodotto una posizione particolare negli elenchi di prodotti, in particolare in quelli dei cosiddetti "gruppi" di cui si parlerà più avanti nel capitolo in un apposito paragrafo.

La terza opzione, Attiva le recensioni, permette di aggiungere al prodotto una scheda in cui il pubblico potrà votarlo e scrivere un giudizio a riguardo (Figura 8.17). Le opzioni relative alla possibilità di recensire i prodotti, già descritte nel capitolo precedente, sono all'interno della scheda Prodotti nelle impostazioni di WooCommerce, in un'area dedicata denominata Valutazione del prodotto. Le recensioni compariranno anche sotto l'area di creazione e modifica dei contenuti dei prodotti che le hanno ricevute.

Descrizione

Recensioni

Informazioni aggiuntive

Ancora non ci sono recensioni.

Recensioni (0)

Scrivi la prima recensione per “Stappa bottiglie ancora”

La tua valutazione



La tua recensione

Invia

Figura 8.17 – L'area dedicata alla recensione del prodotto, che compare come scheda aggiuntiva una volta che si attiva la relativa opzione nella scheda *Avanzato* del pannello *Dati prodotto*.

Creazione di un “grouped product”

WooCommerce offre la possibilità di riunire più prodotti in uno solo, utilizzando il cosiddetto “grouped product”, letteralmente “prodotto raggruppato”.

Questo tipo di prodotto va prima di tutto creato come qualsiasi altro, assegnandogli un nome e una descrizione, estesa e/o breve a seconda delle esigenze, e ovviamente un'immagine rappresentativa che potrebbe essere anche una composizione degli articoli che saranno inclusi (Figura 8.19). Una volta completata la creazione dei suoi contenuti, basterà selezionare la voce *Grouped product* dal menu principale del pannello *Dati prodotto* e confermare col pulsante *Pubblica* (o *Aggiorna* se si sta modificando un prodotto esistente) per completare la prima fase. La selezione di questo attributo esclude ovviamente la possibilità di definire un prezzo, in quanto il prodotto avrà il prezzo cumulativo di quelli che saranno inclusi al suo interno.

nota

Quando si crea un “grouped product” è opportuno inserire nella galleria di immagini quelle dei singoli prodotti, per consentire agli utenti di visualizzarle una per una.

Per completare il “grouped product” è ovviamente necessario agire sui singoli prodotti che dovranno essere inclusi al suo interno. Per ognuno di questi, che saranno comunque vendibili singolarmente e avranno pertanto tutti i loro attributi compilati, sarà necessario accedere alla scheda *Articoli collegati* e selezionare, dal menu *Inserire in un gruppo*, il *grouped product* in cui si vuole includerli (Figura 8.18).

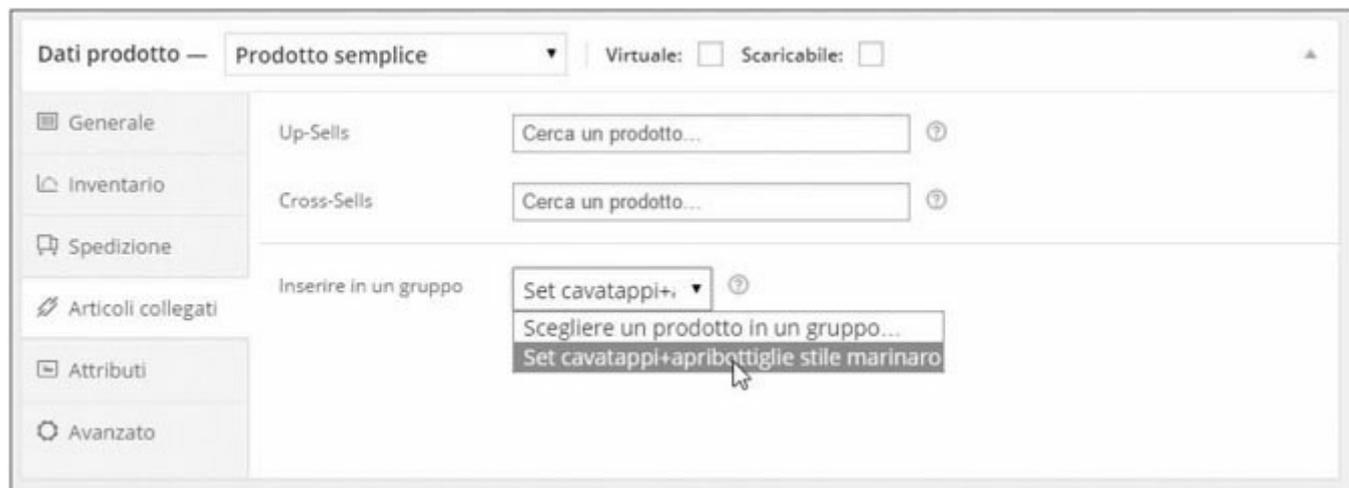


Figura 8.18 – Per includere un prodotto in un “grouped product” occorre aprire la scheda *Articoli collegati* nel suo pannello dei *Dati prodotto* e scegliere, dal menu *Inserire in un gruppo*, il gruppo in cui si desidera inserirlo.

Una volta effettuata l'operazione per tutti i prodotti inclusi nel gruppo visualizzate il “grouped product” per verificare che li contenga (Figura 8.19) ed eventualmente testate l'acquisto del nuovo prodotto come di consueto.

nota

I “grouped product” non vanno confusi con i “bundled products”, ovvero quelli cui è possibile assegnare un prezzo per incentivare l'acquisto di più prodotti assieme. Per questi ultimi è necessario acquistare un apposito plugin, incluso fra quelli menzionati nella parte finale del volume, all'interno del capitolo dedicato alle possibilità di estensione delle funzionalità di WooCommerce.



IN OFFERTA!

Set cavatappi+apribottiglie stile marinaro

€ 3,50–€ 4,50 (IVA inclusa)

Set di apribottiglie+cavatappi in stile marinaro.

-	Cavatappi a forma di pesce	€-5,00
0		€ 4,50 (IVA inclusa)
+		
-	Stappa bottiglie ancora	€-4,00
0		€ 3,50 (IVA inclusa)
+		

Acquista

Categorie prodotto

utensili cucina e tavola ▼

Categorie Articoli

- Articoli da parete (22)
- Quadri (4)
- Sestanti (2)
- Articoli per l'ufficio (9)
- Barche a vela (5)
- Biancheria (7)
- Cannocchiali (1)
- Cannoni (2)
- Ceneriere-Posacenere (3)
- Clessidre (1)
- Crest (1)
- Fari (2)
- Fari candela (3)
- Fari elettrici (6)
- Giochi (5)
- Indispensabili Barca (5)



Figura 8.19 – Il “grouped product” così come lo vedono gli utenti; si notino i prodotti inclusi e visualizzati in basso, per i quali è possibile anche scegliere la quantità.

Prodotti virtuali e scaricabili

Il commercio elettronico non riguarda soltanto i prodotti “fisici”, ovviamente, ma anche servizi e prodotti “virtuali”. WooCommerce gestisce questo tipo di prodotti attraverso le due opzioni Virtuale e Scaricabile, selezionabili con il segno di spunta sulle rispettive caselle nella parte alta del pannello Dati prodotto (Figura 8.20).

È ovvio che un prodotto scaricabile sia necessariamente virtuale, ma non è obbligatoriamente vero il contrario, il che giustifica la presenza di due opzioni separate. Un servizio, per esempio, è un prodotto virtuale e viene erogato in genere “dal vivo” attraverso il relativo fornitore. Un ebook oppure una fotografia digitale è, oltre che virtuale, anche scaricabile e all'acquirente dovrà essere fornito il link per il download del file corrispondente.

Un prodotto scaricabile, tuttavia, potrebbe anche non essere del tutto virtuale, difatti selezionando l'opzione omonima, la scheda Spedizione rimane al suo posto, in quanto potrebbe rivelarsi necessario, per esempio, spedire fisicamente il prodotto anche su un supporto di memorizzazione oltre che consentirne il download. La stessa scheda, invece, viene automaticamente disattivata selezionando l'opzione Virtuale (Figura 8.20).

Figura 8.20 – Le due opzioni che rendono un prodotto virtuale e/o scaricabile; si noti l'assenza della scheda Spedizione quando viene impostato il prodotto come virtuale.

Nel momento in cui selezionate l'opzione Scaricabile, vedrete comparire una serie di nuove opzioni all'interno della scheda principale del pannello (Figura 8.21). La prima, fondamentale, è quella che permette di definire il file che l'utente potrà scaricare dopo l'acquisto: cliccando sul pulsante Aggiungi file compariranno due nuovi campi in cui potrete digitare e incollare rispettivamente il nome del file e il suo link.

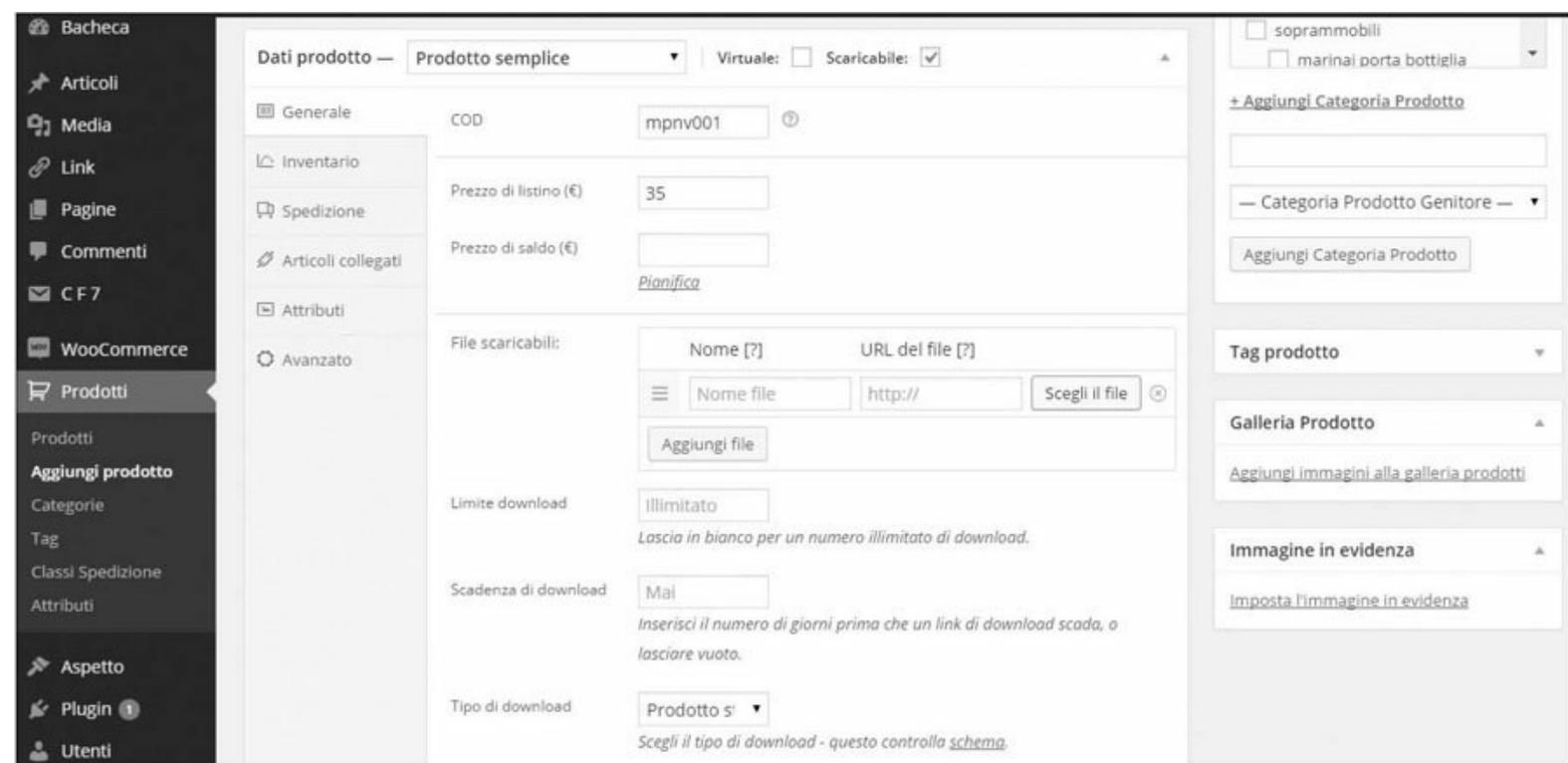


Figura 8.21 – Le opzioni aggiuntive visualizzate nella scheda *Generale* del pannello *Dati prodotto* quando si seleziona l'opzione per il prodotto scaricabile; si noti il pulsante per la selezione del file che il cliente potrà scaricare dopo l'acquisto.

Il link al file deve essere "assoluto", quindi completo (<http://ecc>) anche se il file si trova allo stesso indirizzo del sito, ed è possibile sia caricare un file col pulsante *Scegli il file* (sarà inserito nella Libreria media come qualsiasi altro file di WordPress) sia incollare l'indirizzo di un file già caricato in precedenza a uno specifico indirizzo (per es. su un server diverso).

La seconda modalità è ovviamente consigliata quando si tratta di file che hanno dimensioni notevoli e potrebbero non essere adatti al caricamento diretto tramite WordPress. Potete, naturalmente, abbinare al prodotto scaricabile anche più file, cliccando nuovamente sul pulsante *Aggiungi file* e ripetendo la procedura per ognuno dei file che desiderate aggiungere.

L'opzione successiva, *Limite download*, permette di definire un eventuale numero massimo di scaricamenti dal link fornito e se lasciata in bianco non impone alcun limite lasciando quindi al cliente la possibilità di scaricare il file o i file del prodotto tutte le volte che desidera. Si può inoltre assegnare una scadenza alla validità del link, utilizzando l'opzione successiva *Scadenza di download* e specificando il numero di giorni di validità del link. Queste opzioni, come avrete intuito, servono a evitare scaricamenti indiscriminati e non autorizzati da parte di terzi, di conseguenza il loro utilizzo è particolarmente consigliato.

L'ultima opzione aggiuntiva, *Tipo di download*, permette di selezionare il genere di file che sarà scaricato, scegliendo fra *Prodotto standard* (ovvero un file generico) oppure *Applicazione/Software* e *Musica*. Questa classificazione sarà utile per fornire ai motori di ricerca i dati per identificare il tipo di file e indicizzarlo in modo appropriato.

nota

Se il prodotto scaricabile che avete configurato non prevede anche un qualche tipo di spedizione (per es. del file su un supporto di memorizzazione o di una stampa) ricordate di selezionare anche l'opzione *Virtuale* per escludere quest'ultima dall'acquisto e dalle successive fasi di gestione dell'ordine.

Nel momento in cui l'ordine viene evaso il cliente riceve un messaggio contenente il link da cui scaricare il file (Figura 8.22). Questo link viene generato automaticamente da WooCommerce e non è, quindi, il link originale al file fornito in fase di definizione del prodotto. In questo modo, se avete impostato delle limitazioni al numero di download e alla validità del link, quest'ultimo non potrà essere passato a terzi e utilizzato indiscriminatamente.

Nel decimo capitolo saranno esaminate le opzioni e le funzionalità legate alla gestione degli ordini e dei clienti, quindi potrete utilizzare le informazioni fornite per testare l'evasione di un ordine di questo tipo simulandolo come già fatto in precedenza per i prodotti fisici.

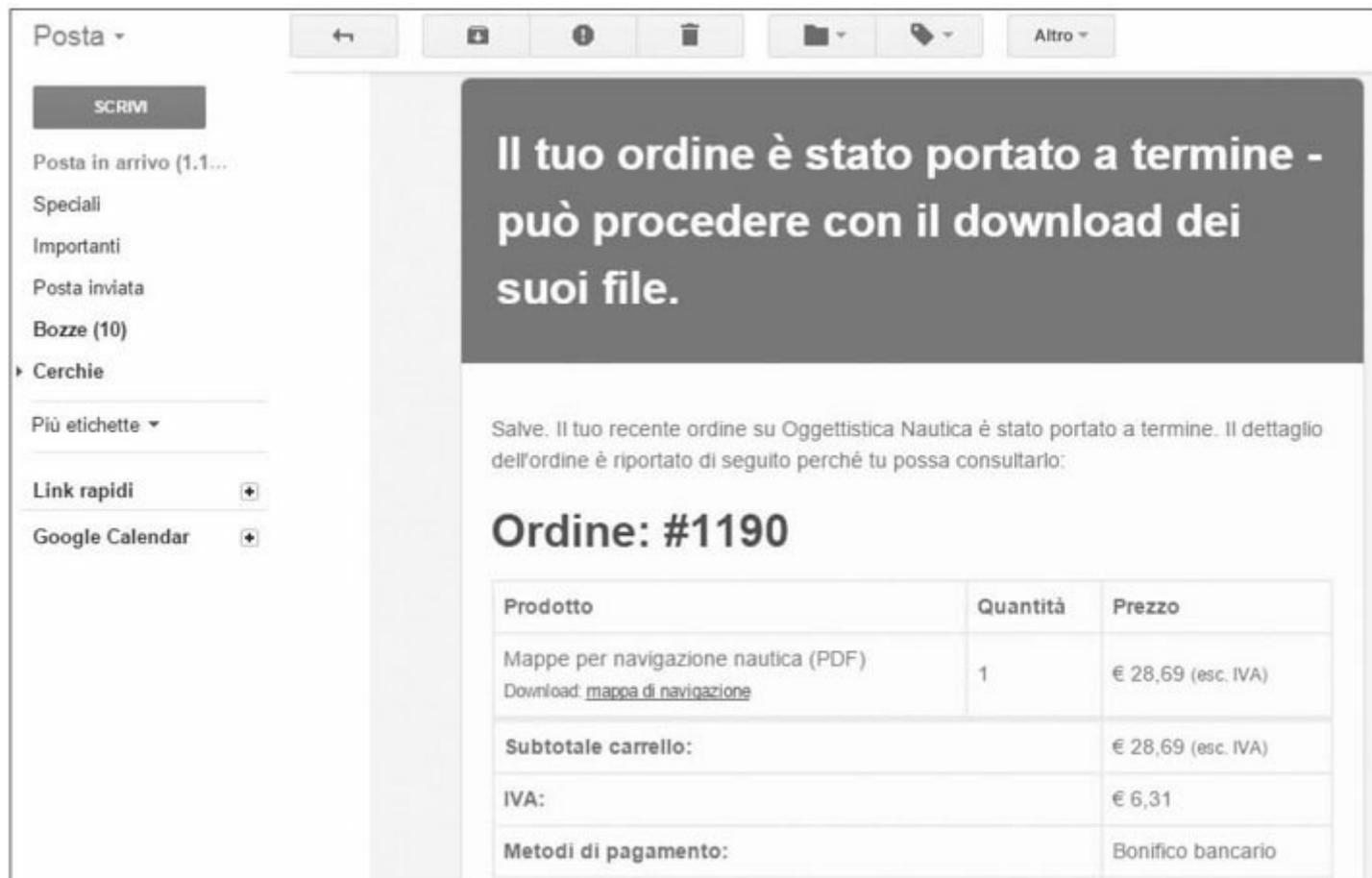


Figura 8.22 – Il messaggio che il cliente riceve dopo l'evasione di un ordine contenente un prodotto scaricabile; si noti il link per il download nella prima riga dei dettagli.

Ricordate che le opzioni specifiche per i prodotti scaricabili, già esaminate nel capitolo precedente, sono disponibili nella parte finale della scheda *Prodotti*, all'interno delle *Impostazioni* di WooCommerce.

Prodotti esterni e affiliazione

WooCommerce prevede anche l'inserimento di prodotti la cui vendita avviene attraverso un sito esterno, per esempio un negozio su eBay o Amazon oppure una vendita in affiliazione.

Per configurare un prodotto di questo tipo selezionate, prima di tutto la voce *Prodotto Esterno/Affiliate* dal menu in alto nella scheda *Dati prodotto* (Figura 8.23), inserendo poi l'URL del prodotto, ovvero il link alla pagina del sito esterno che potrà quindi essere anche affiliato, e digitando infine nel campo *Testo del bottone* il testo da visualizzare nel pulsante d'acquisto, per esempio "Acquistalo su Amazon".

In questo caso i prezzi, di listino ed eventuale saldo, e le informazioni su tasse e spedizione dovranno corrispondere a quelli sul sito esterno.

The screenshot shows the 'Dati prodotto' (Product Data) tab in WooCommerce, specifically for a 'Prodotto Esterno/Affiliate' (External/Affiliate Product). The left sidebar shows the navigation menu with 'Prodotti' selected. The main content area is divided into sections: 'Generale', 'Articoli collegati', 'Attributi', and 'Avanzato'. The 'Generale' section is active and contains the following fields:

- COD:** stpbtanc901
- URL del prodotto:** http:// (with a note: 'Inserire l'URL esterno al prodotto.')
- Testo del bottone:** Acquista prod (with a note: 'Questo testo verrà visualizzato sul pulsante di collegamento al prodotto esterno.')
- Prezzo di listino (€):** 4
- Prezzo di saldo (€):** 3,5 (with a note: 'Pianifica')
- Stato Tasse:** Tassabile
- Classe fiscale:** Standard

Figura 8.23 – Il riquadro *Dati prodotto* così come si presenta quando si seleziona un prodotto esterno o affiliato; si notino i due nuovi campi *URL del prodotto* e *Testo del bottone*.

Codici promozionali

WooCommerce offre anche, di serie, la creazione di buoni sconto (coupon) attraverso la sezione *Codici promozionali*, raggiungibile cliccando sull'omonima voce del suo menu. Nella schermata *Buoni sconto* vi basterà cliccare sul pulsante *Aggiungi codice promozionale* per accedere alla creazione e configurazione di un nuovo coupon (Figura 8.24). Dopo aver definito il codice del buono nel primo campo, aggiungendo un'eventuale nota descrittiva nel campo successivo, potrete definire le impostazioni principali nella scheda *Generale*.

La prima impostazione riguarda il *Tipo di sconto*, che può essere per un singolo prodotto oppure per l'intero importo del carrello, e si può esprimere sia come importo da detrarre, sia come percentuale di sconto inserendo il valore corrispondente nel successivo campo *Importo del coupon*.

L'opzione *Permetti la spedizione gratuita* consente di associare allo sconto anche quest'ultima, a patto che nella sezione *Spedizione gratuita* della scheda *Spedizione* nelle impostazioni di WooCommerce sia selezionata una delle due opzioni che prevedono l'abbinamento obbligatorio oppure opzionale di un coupon (Figura 8.25). Con l'opzione *Applica prima delle imposte*, invece, potrete stabilire che lo sconto sia applicato prima del calcolo delle tasse sull'acquisto.

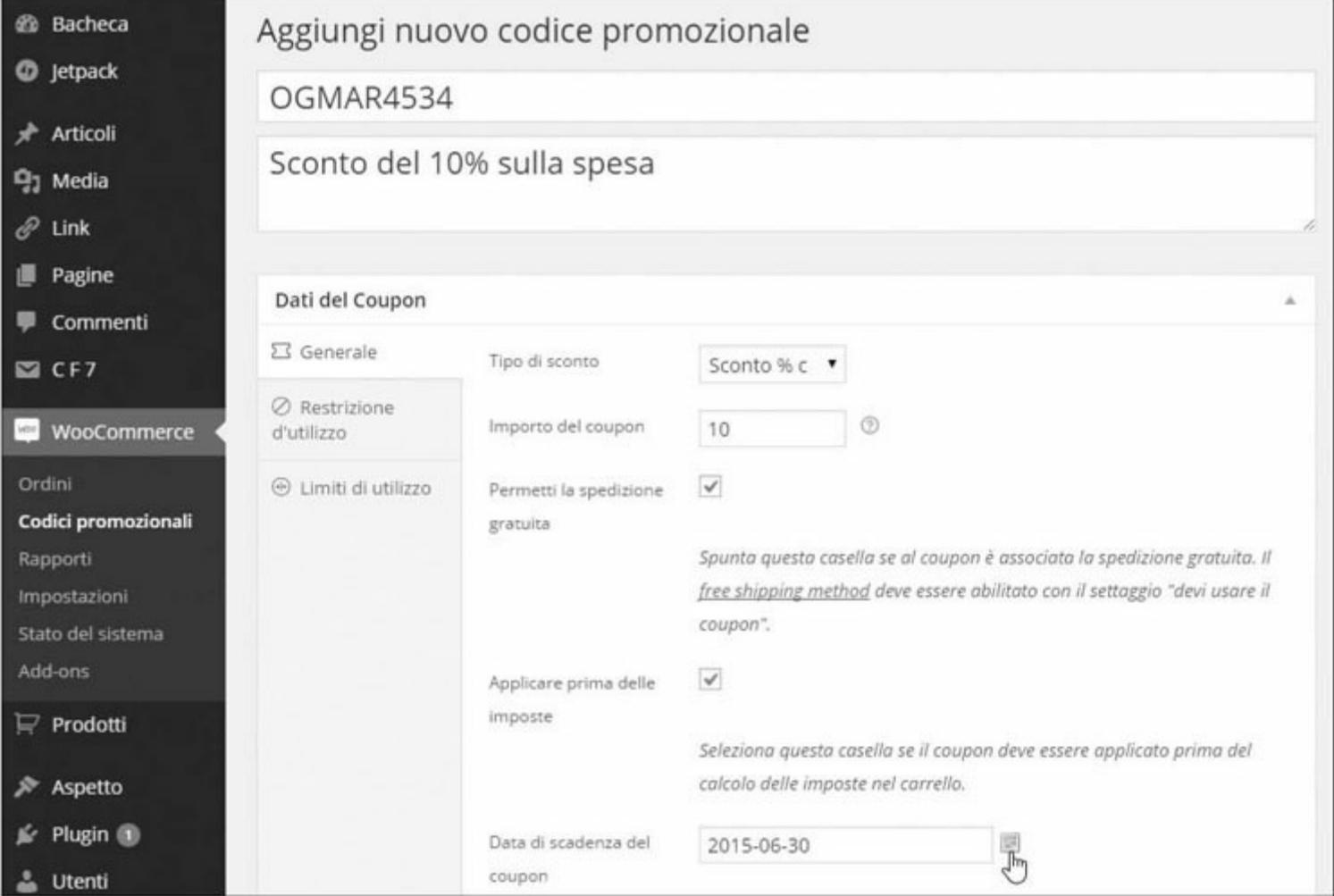


Figura 8.24 – La scheda di compilazione dei dati per il buono sconto; si noti in alto il nome del coupon che rappresenta appunto il codice corrispondente e a sinistra le tre schede di configurazione.

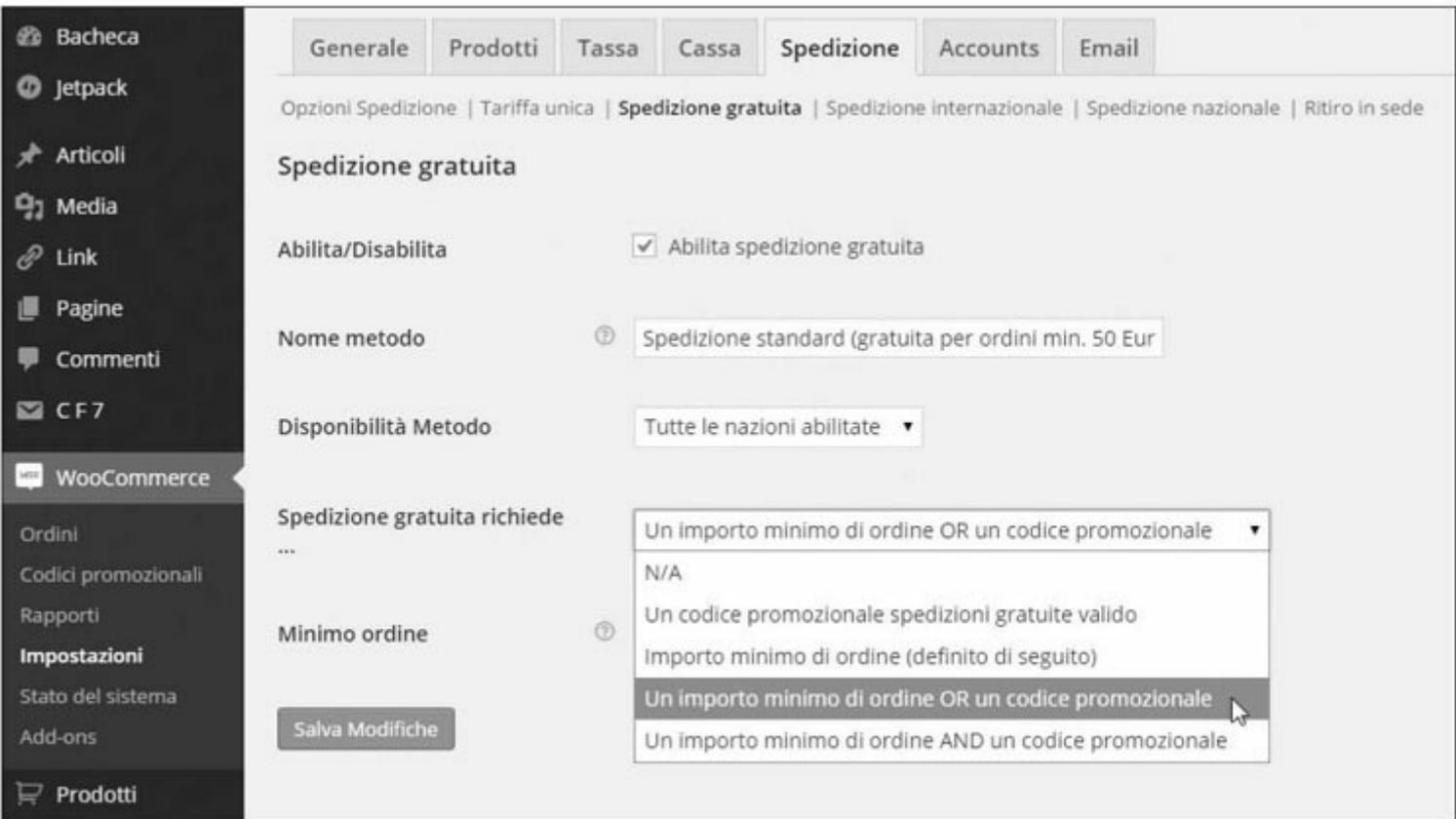


Figura 8.25 – Le diverse opzioni per l'abbinamento della spedizione gratuita a un coupon, in forma obbligatoria oppure opzionale.

L'ultima opzione della scheda Generale riguarda l'eventuale data di scadenza del coupon, che può essere inserita manualmente nel formato "AA-MM-GG" oppure selezionata comodamente da un calendario cliccando sul pulsante a destra. La scheda Restrizione d'utilizzo (Figura 8.26) permette, invece, di definire le condizioni d'uso del coupon, ovvero un'eventuale massimo o minimo di spesa, l'impossibilità di abbinamento con altri sconti, Solo utilizzo individuale, e l'esclusione degli articoli già in saldo. Quest'ultima opzione viene applicata secondo il formato scelto per lo sconto, ovvero singolo prodotto o carrello, verificando nel secondo caso che non vi siano altri prodotti in saldo fra quelli acquistati. Il resto delle opzioni di questa scheda riguardano l'inclusione o l'esclusione di singoli prodotti o intere categorie, selezionati digitandone il nome o parte di esso nei campi e cliccando su quelli visualizzati, e la restrizione a uno o più indirizzi e-mail, che saranno confrontati con quello dei dati di fatturazione del cliente.

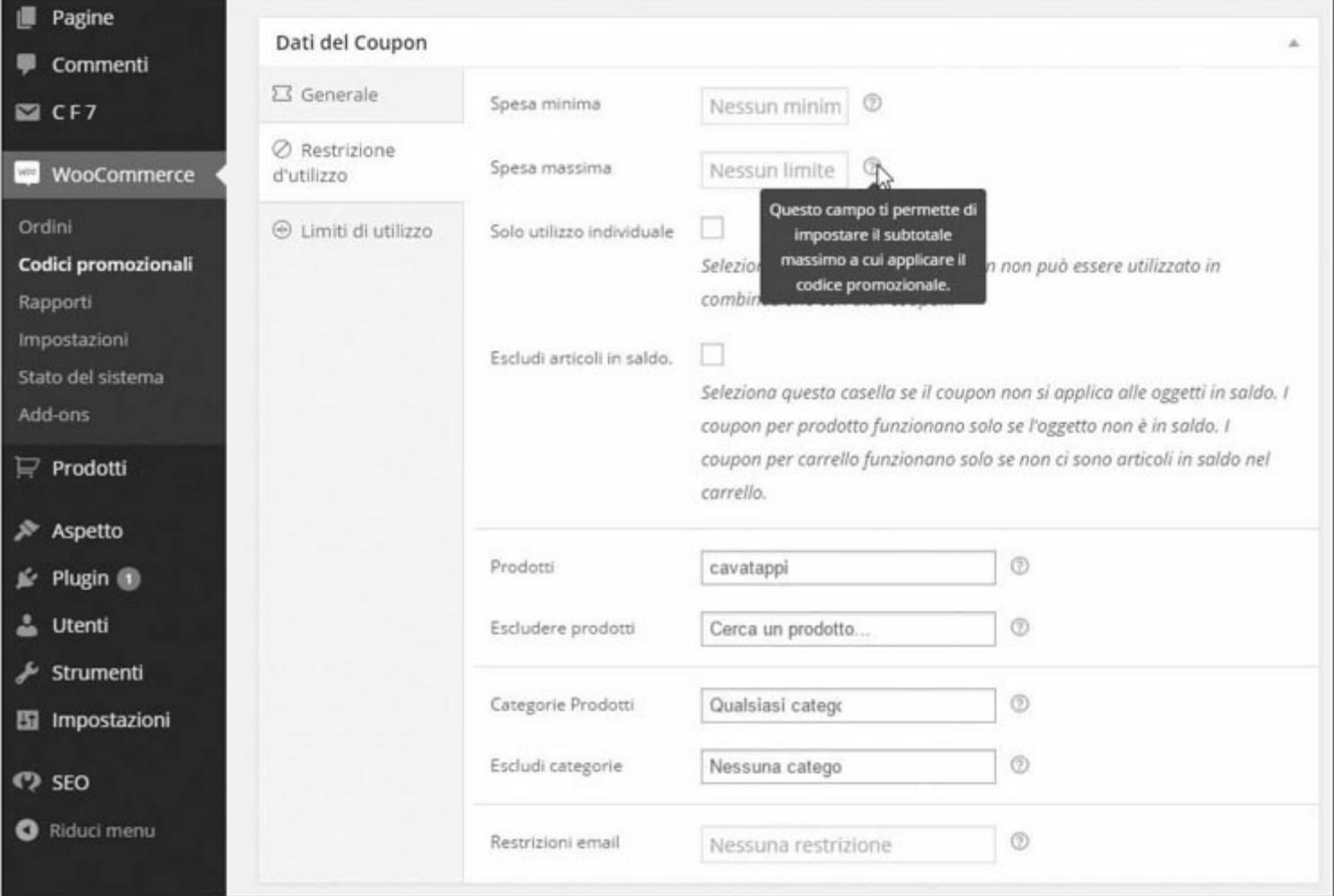


Figura 8.26 – Le opzioni della scheda *Restrizione d'utilizzo*; si notino come sempre i cerchietti con il punto interrogativo che forniscono informazioni utili e le note esplicative sotto alcune opzioni.

La terza e ultima scheda, *Limiti di utilizzo*, permette invece di definire un limite d'uso per il coupon, ovvero quante volte potrà essere utilizzato prima di perdere la sua validità, e quello per ogni cliente.

nota

I codici sconto possono essere inseriti dagli utenti sia nella schermata del carrello sia in quella del checkout (Figura 8.27). È importante definire bene le restrizioni di utilizzo per evitare che un coupon sia applicato troppe volte per più acquisti di uno stesso cliente oppure utilizzato in altro modo non appropriato. In ogni caso, se un cliente tenta di inserire nuovamente un codice sconto nella stessa spesa, riceve un messaggio d'avviso a riguardo.

Hai un codice promozionale? [Clicca qui per inserire il tuo codice](#)

Applica codice promozionale

Dettagli di fatturazione

Stato

Nome

Cognome

Ragione sociale

Indirizzo

Il tuo ordine

PRODOTTO	TOTALE
Orologio Rosa dei Venti Marina Militare × 1 colore cinturino: blu	€ 154,92 (esc. IVA)
Subtotale	€ 154,92 (esc. IVA)
Carrello	
Codice promozionale: ogmar4534	-€ 18,90, Codice promozionale per spedizione

Figura 8.27 – L'opzione per l'utilizzo del coupon anche in fase di checkout; si noti nel riepilogo dell'acquisto la nota relativa a un codice sconto già applicato, in fondo al riquadro a destra.

In questo capitolo scoprirete come gestire la struttura (layout) della home page e delle altre pagine del sito usando il tema Storefront già installato e attivato in precedenza. Come ho già avuto modo di sottolineare, ogni tema ha un suo particolare sistema di configurazione e personalizzazione, ma è importante familiarizzare con questo tipo di operazioni partendo da un tema specifico e in ogni caso molte delle informazioni contenute in questo capitolo risulteranno utili indipendentemente dal tema adottato.

Se avete osservato la home page dopo l'inserimento dei primi prodotti (Figura 9.1) avrete notato che una serie di nuove sezioni andavano ad aggiungersi e popolarsi di elementi, formando la struttura della home al di sotto del contenuto originale dai voi composto. A questo punto del lavoro, alcune di queste sezioni risulteranno vuote, altre invece saranno prive delle immagini di anteprima e così via. Inoltre, i titoli delle varie sezioni appariranno in inglese anziché in italiano.

In questo capitolo vedremo come sistemare ognuno di questi aspetti fino ad avere un layout della home e delle altre pagine esteticamente piacevole oltre che funzionale.

La home page

Al termine del sesto capitolo avete appreso come assegnare alla pagina principale del sito il modello (template) *Homepage* del tema e come installare il plugin *Homepage Control*, facendovi un'idea del suo funzionamento. La creazione dei prodotti e delle relative categorie, nel capitolo appena concluso, ha poi contribuito ad aggiungere i contenuti alla struttura della home e vi permetterà ora di comprendere ed eventualmente ottimizzare le varie sezioni.

Per una maggiore praticità, provate a tenere aperta in una scheda del browser la schermata di configurazione del plugin, raggiungibile cliccando su *Aspetto* → *Homepage*, mentre in un'altra scheda del browser visualizzate la home page del sito (Figura 9.1).

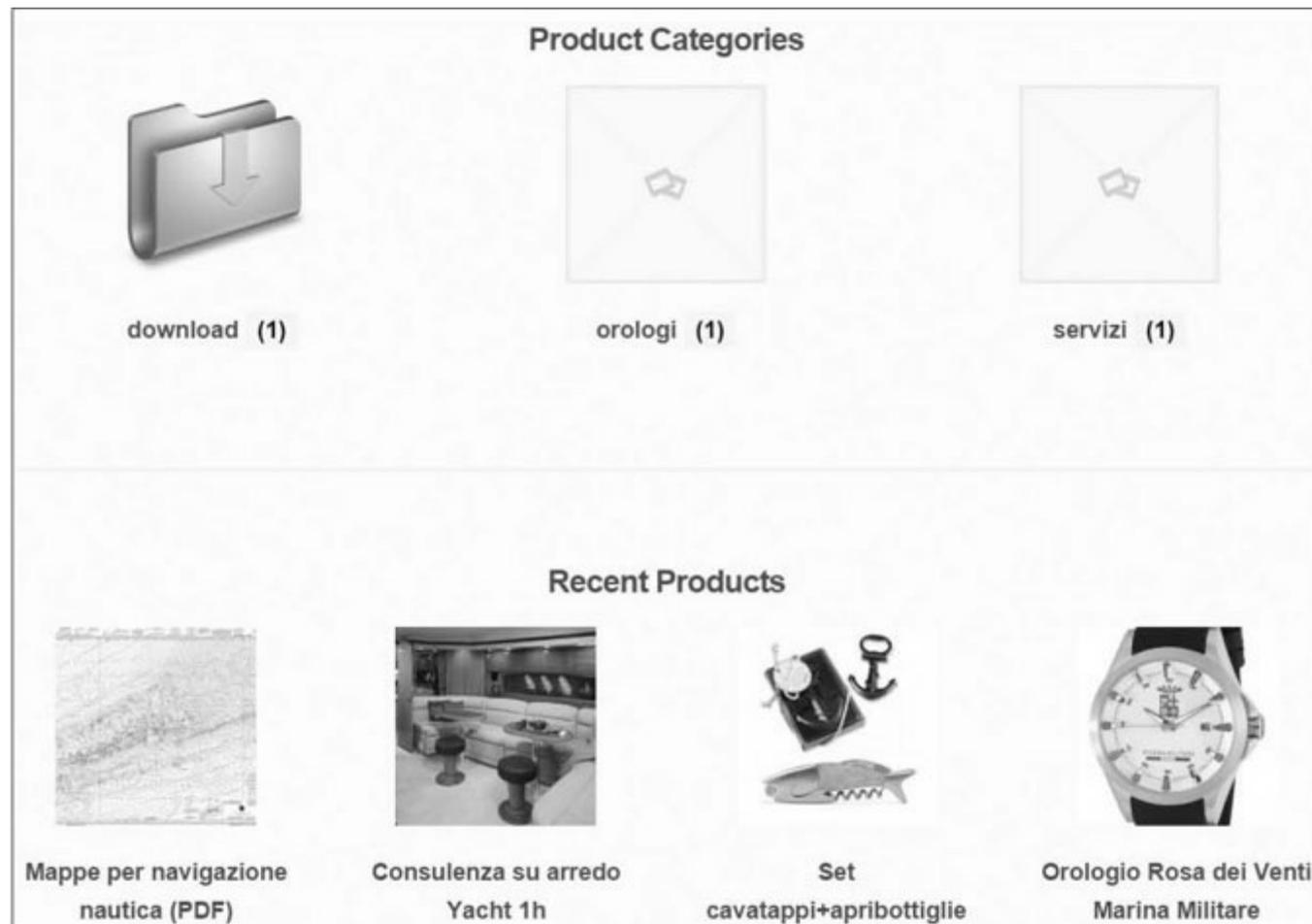


Figura 9.1 – La home page del sito con due delle sezioni che sono state “popolate” a seguito dell’inserimento dei prodotti e delle relative categorie; si notino le due immagini di anteprima assenti nella sezione delle categorie e il numero di prodotti presenti in ognuna di esse inserito fra parentesi.

Se confrontate gli elementi presenti nel pannello di configurazione di *Homepage Control* (Figura 9.2) e quelli visualizzati nella home del sito vi sarà facile capire come personalizzare eventualmente la struttura di quest’ultima. Fate alcuni test, disattivando e riattivando alcuni elementi oppure trascinandoli per cambiarne l’ordine, cliccando sempre sul pulsante *Save Changes* per confermare ogni nuova modifica e ricaricando la home per verificarne l’effetto. Ecco una rapida descrizione dei cinque elementi presenti nella home:

1. Storefront Homepage Content

Si tratta del contenuto originale della home, ovvero quello che avete composto voi stessi aggiungendo testo e immagini.

2. Storefront Product Categories

In questa sezione sono elencate tre delle categorie di prodotto presenti nel negozio, con le rispettive immagini di anteprima che inizialmente sono sostituite da un “segnaposto” generico. Fra poco scoprirete come assegnare queste immagini.

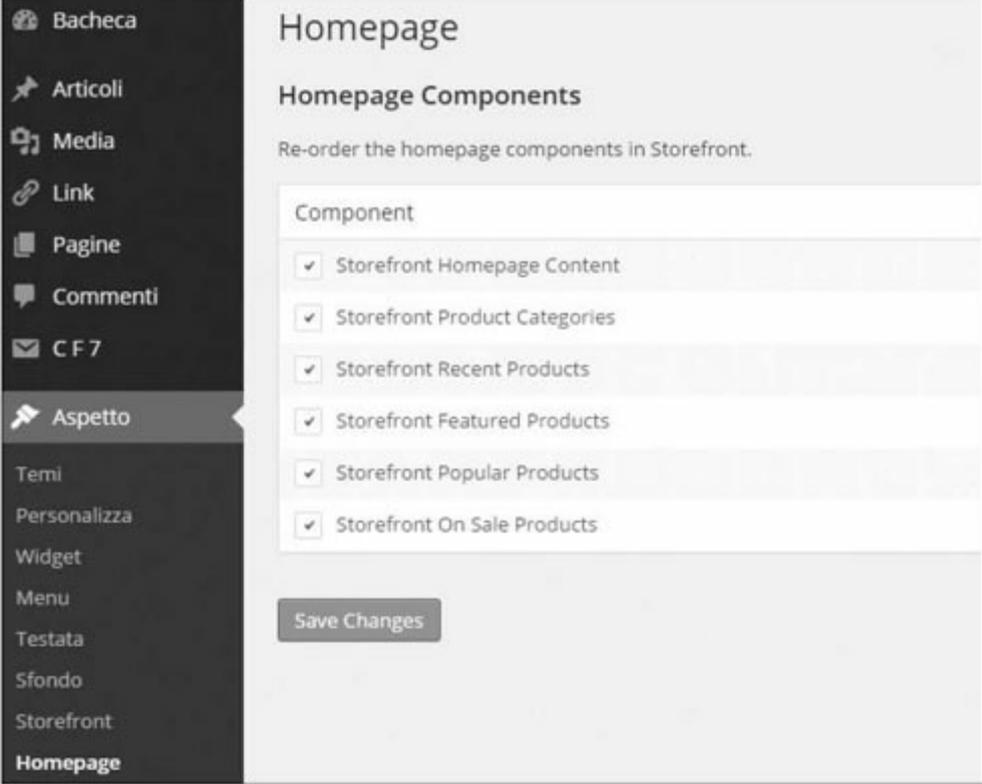


Figura 9.2 – La schermata delle impostazioni di *Homepage Control* raggiungibile cliccando la voce *Homepage* nel menu *Aspetto* di WordPress; si notino i diversi elementi della pagina principale del sito che potete attivare e disattivare cliccando sulle rispettive caselle a sinistra e trascinare per modificarne l'ordine.

3. **Storefront Recent Products**
La sezione, come suggerisce anche il nome, visualizza i quattro prodotti inseriti più di recente, completi delle rispettive immagini, nomi, prezzi e pulsanti di acquisto.
4. **Storefront Featured Products**
Questa è la sezione dei prodotti "in evidenza" ed è quindi progettata per mettere in risalto particolari prodotti rispetto a tutti gli altri. Per mettere "in evidenza" un prodotto basta cliccare sulla stellina visualizzata alla sua destra nell'elenco dei prodotti e attendere che venga colorata (Figura 9.3).
5. **Storefront Popular Products**
In questa sezione sono visualizzati i prodotti che hanno ricevuto voti e recensioni migliori. Il titolo originale della sezione nella home è infatti "Top Rated Products".
6. **Storefront On Sale Products**
In quest'ultima sezione trovate invece i prodotti attualmente in offerta, ovvero ai quali è stato assegnato un prezzo di vendita inferiore a quello di listino.

Per aggiungere un'immagine a una categoria di prodotto qualora mancasse, cliccate su *Prodotti* → *Categorie* e, nell'elenco delle categorie a destra, utilizzate il link *Modifica* sotto il nome della categoria desiderata per accedere alla sua schermata di configurazione. In quest'ultima, in corrispondenza della sezione denominata *Thumbnail* (miniatura), trovate due pulsanti che vi permettono rispettivamente di aggiungere e togliere l'immagine alla categoria (Figura 9.4).

Prodotti								7 elementi	
Tutti (7) Pubblicati (6) Bozza (1) Cestinati (2) Ordina i prodotti								Cerca prodotti	
Azioni di gruppo		Tutte le date		Seleziona una categoria		Mostra tutti i tipi di prod		Tutti i punteggi SEO	
Applica		Filtra							
<input type="checkbox"/>		Nome	COD	Magazzino	Prezzo	Categorie	Etichette	★	
<input type="checkbox"/>		Mappe per navigazione nautica (PDF)	mpnv001	Disponibile	€ 35,00	download, mappe	-	☆	
<input type="checkbox"/>		Consulenza su arredo Yacht 1h	cnsycht001	Disponibile	€ 35,00	consulenze, servizi	-	☆	
<input type="checkbox"/>		Set cavatappi+apribottiglie stile marinaro	-	Disponibile	€ 3,50-€ 4,50	cavatappi, utensili cucina e tavola	-	★	
<input type="checkbox"/>		Orologio Rosa dei Venti Marina Militare ID: 1171 Modifica Modifica Veloce Cestino Vedi Duplica	orrdv001	Disponibile	€ 189,00	orologi, orologi da polso	-	☆	

Figura 9.3 – Elenco dei prodotti ottenuto cliccando su *Prodotti* nel menu di amministrazione di WordPress; si notino le informazioni principali di ogni prodotto fra cui la stellina di quelli "in evidenza", su cui cliccare per mettere in risalto alcuni elementi rispetto ad altri.

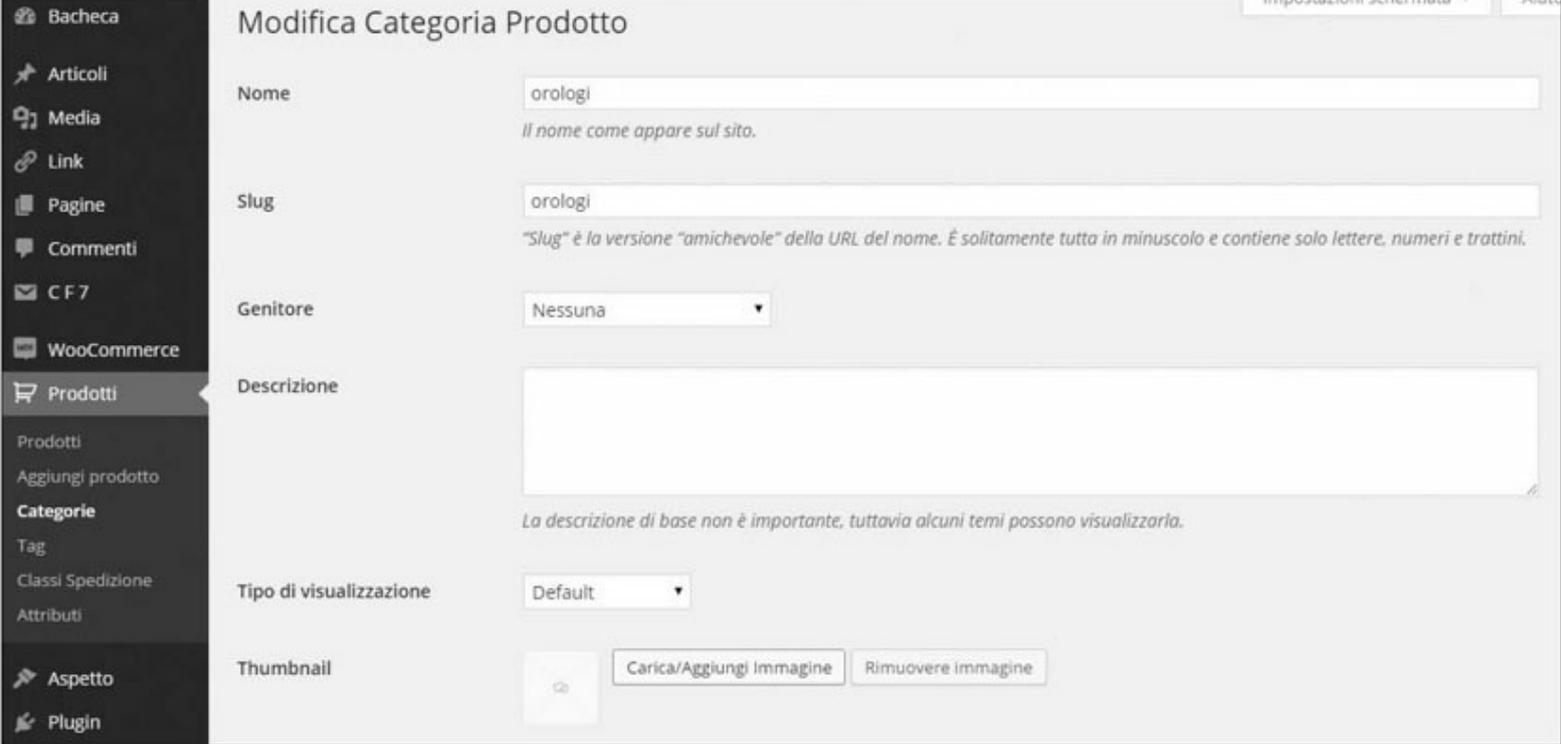


Figura 9.4 – La scheda di configurazione di una categoria di prodotto; si noti il menu *Tipo di visualizzazione*, che permette di definire cosa visualizzare quando si seleziona la categoria specifica, e i due pulsanti che permettono rispettivamente di aggiungere o rimuovere l'immagine rappresentativa della categoria.

Utilizzando quanto appreso nel capitolo precedente, siete ora in grado di popolare e personalizzare la home page del sito secondo le opzioni appena descritte. Create ulteriori prodotti, se occorre, scrivete delle recensioni dopo averle abilitate, utilizzate dei prezzi scontati oltre a quelli di listino, mettete in evidenza qualche prodotto e così via, in modo da avere degli elementi in ognuna delle sezioni sopra descritte, oppure eliminate quelle che non volete visualizzare.

Traduzione del tema in italiano

Appena installato, il tema Storefront si presenta in lingua inglese nonostante WordPress sia configurato per la lingua italiana, di conseguenza sarà necessario tradurre almeno il testo visibile al pubblico. Per tradurre il testo all'interno di un tema o di un plugin che non dispone del file di lingua italiana potete installare il plugin *Codestyling Localization*, cercandolo come sempre con il campo presente nella schermata di installazione dei plugin (Figura 9.5).

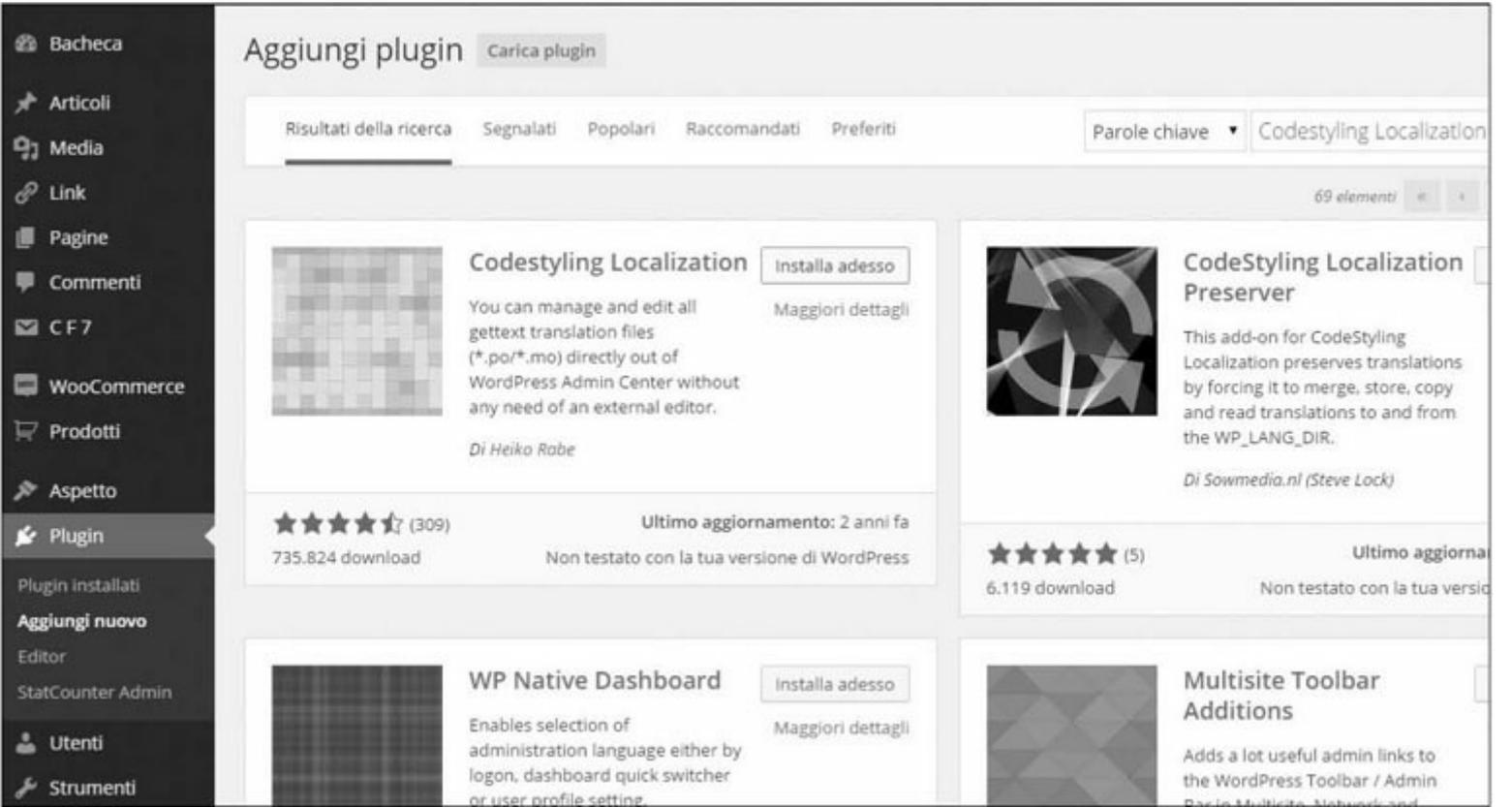


Figura 9.5 – La scheda del plugin *Codestyling Localization* visualizzata dopo la ricerca del suo nome nella schermata *Aggiungi plugin*; si noti a destra un plugin che contiene anch'esso le due parole cercate, ma non va confuso con quello originale in quanto si tratta di un plugin derivato.

Una volta installato e attivato, il plugin aggiunge la voce *Localizzazione* al menu *Strumenti* di WordPress. Cliccando su questa nuova voce visualizzerete la schermata *Gestione file lingue* (Figura 9.6), in cui è presente un elenco di tutti gli elementi tradotti o traducibili e potrete cliccare sul link *Temi* in alto per filtrare l'elenco e individuare subito il riferimento a Storefront.

- Bacheca
- Articoli
- Media
- Link
- Pagine
- Commenti
- CF7
- WooCommerce
- Prodotti
- Aspetto
- Plugin
- Utenti
- Strumenti
- Strumenti disponibili
- Importa
- Esporta
- Localizzazione

Gestione file lingue

Scripting Guard [details] The Plugin *Codestyling Localization* was forced to protect its own page rendering process against 1 incident ! ?

enable low memory mode ?

Translation Service-APIs: None Google Microsoft ? How to use

Tutte le traduzioni | WordPress | Plugins | **Temi** | Compatibility | Security Risk

Carattere	Descrizione	Lingue						
 WordPress	<p>WordPress WordPress.org</p> <p>Textdomain: default Versione: 4.1 Stato: <i>attivato</i></p> <p>WordPress is a state-of-the-art publishing platform with a focus on aesthetics, web standards, and usability. WordPress is both free and priceless at the same time. More simply, WordPress is what you use when you want to work with your blogging software, not fight it.</p>	<p>Aggiungi una nuova lingua</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 10%;">Lingua</th> <th style="width: 70%;">Permessi</th> <th style="width: 20%;">Azioni</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;"> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Italiano/Italia </td> <td style="text-align: center;"> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> </td> <td style="text-align: center;"> Modifica Ripeti la scansione </td> </tr> </tbody> </table>	Lingua	Permessi	Azioni	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Italiano/Italia	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	Modifica Ripeti la scansione
Lingua	Permessi	Azioni						
<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Italiano/Italia	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>	Modifica Ripeti la scansione						
 Akismet	<p>Akismet Automattic</p> <p>Textdomain: akismet Versione: 3.0.4</p>	<p>Aggiungi una nuova lingua</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 10%;">Lingua</th> <th style="width: 70%;">Permessi</th> <th style="width: 20%;">Azioni</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;"> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> </td> <td style="text-align: center;"> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> </td> <td style="text-align: center;"> Modifica Ripeti la scansione </td> </tr> </tbody> </table>	Lingua	Permessi	Azioni	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Modifica Ripeti la scansione
Lingua	Permessi	Azioni						
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	Modifica Ripeti la scansione						

Figura 9.6 – La schermata *Gestione file lingue*, visualizzabile cliccando sulla nuova voce *Localizzazione* aggiunta dal plugin *Codestyling Localization* dopo la sua installazione e attivazione; si notino in alto i link che permettono di filtrare gli elementi tradotti e traducibili all'interno di una specifica categoria (es. *Tem* o *Plugins*).

Una volta individuato *Storefront* nell'elenco, cliccate sul pulsante *Aggiungi una nuova lingua* visualizzato in corrispondenza del nome e, nella finestra che compare (Figura 9.7), selezionate la lingua *Italiano/Italia* e cliccate sul pulsante *crea un file po*. In questo modo sarà creato, all'interno della cartella del tema, il file di lingua necessario per memorizzare le vostre successive traduzioni.

Gestione file lingue

Aggiungi una nuova lingua

Progetto-Id-Versione: Storefront v1.2.1
 Data di creazione: 2015-01-02 07:57+0000
 Ultimo traduttore: bdb <info@bonaventuradibello.com>

Lingua:

- in_ID Bahasa Indonesia/Indonesia
- is_IS Islenska/Island
- it_CH Italiano/Svizzera
- it_IT Italiano/Italia
- ja_JP 日本語
- ka_GE ქართული
- kk_KK Қазақша
- ko_KR 한국어
- ky_KY Кыргызча
- lb_LB Letzebuergesch

[crea un file po](#)

Figura 9.7 – La finestra di scelta della lingua visualizzata cliccando su *Aggiungi nuova lingua* nel riquadro del tema *Storefront* in *Codestyling Localization*; si noti la sigla identificativa *“it_IT”* che corrisponde al codice d’identificazione della lingua italiana per l’Italia.

Nel riquadro di *Storefront* comparirà così la lingua italiana, ma prima di procedere con la traduzione cliccate sul pulsante *Ripeti la scansione* e poi, nella finestra che compare, cliccate prima sul pulsante *Analizza* e, a scansione ultimata, sul pulsante *Finito* per tornare alla schermata precedente.

A questo punto potete cliccare su *Modifica* per visualizzare l'elenco degli elementi di testo che è possibile tradurre, ma evitate di tradurre le parti riguardanti il backend e concentratevi solo su quelle del frontend, ovvero il testo visibile al pubblico piuttosto che quello visibile nell'area amministrativa. In particolare, i titoli delle sezioni della home potete trovarli passando alla schermata successiva, cliccando sul link *Successivo* o sul numero 2 in alto a destra a inizio schermata o in basso a destra alla fine della stessa.

Cliccate sul link *Modifica* a destra della prima voce di testo da tradurre (Figura 9.8, in questo caso *“Product Categories”*) e, nella finestra che compare, digitate il testo desiderato per la versione italiana, cliccando poi sul pulsante *Save & Next* per procedere direttamente con il testo successivo (Figura 9.9). Continuate così fino al primo testo da non tradurre, cliccando poi semplicemente sul pulsante di chiusura in alto a destra nella finestra per concludere la traduzione. Per i testi che contengono caratteri speciali o prevedono singolare e plurale, come *%d item* usato per il monitoraggio degli elementi presenti nel carrello, ricordate di mantenere la parte precedente e/o successiva al termine da tradurre e di compilare entrambe le traduzioni. Nell'esempio appena menzionato è necessario mantenere *%d*, in quanto sarà usato per visualizzare il valore corrispondente agli elementi presenti nel carrello. Assicuratevi, inoltre, di aver digitato sia il singolare sia il plurale (*%d elemento, %d elementi*) nei rispettivi campi, prima di salvare.

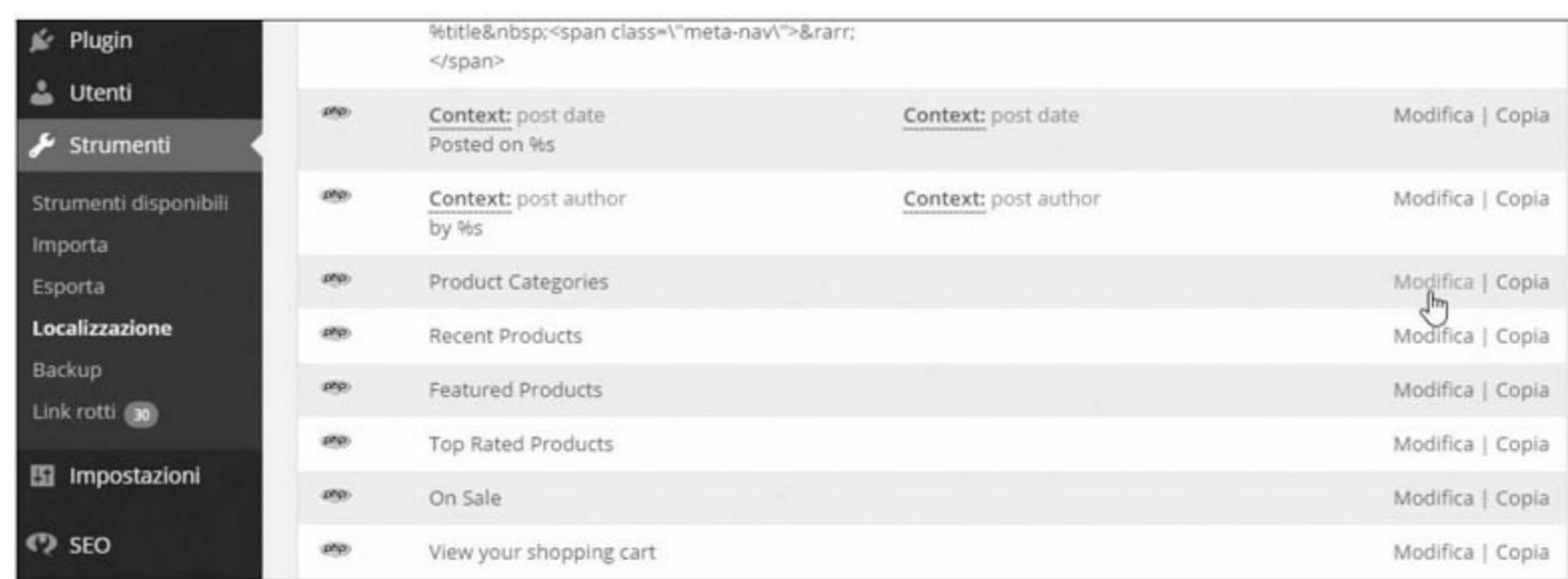


Figura 9.8 – I testi utilizzati per le sezioni della homepage di Storefront, con il corrispondente link *Modifica* per la loro traduzione; si noti in basso anche il testo utilizzato per la visualizzazione del carrello, mostrato in alto a destra nelle pagine del sito.

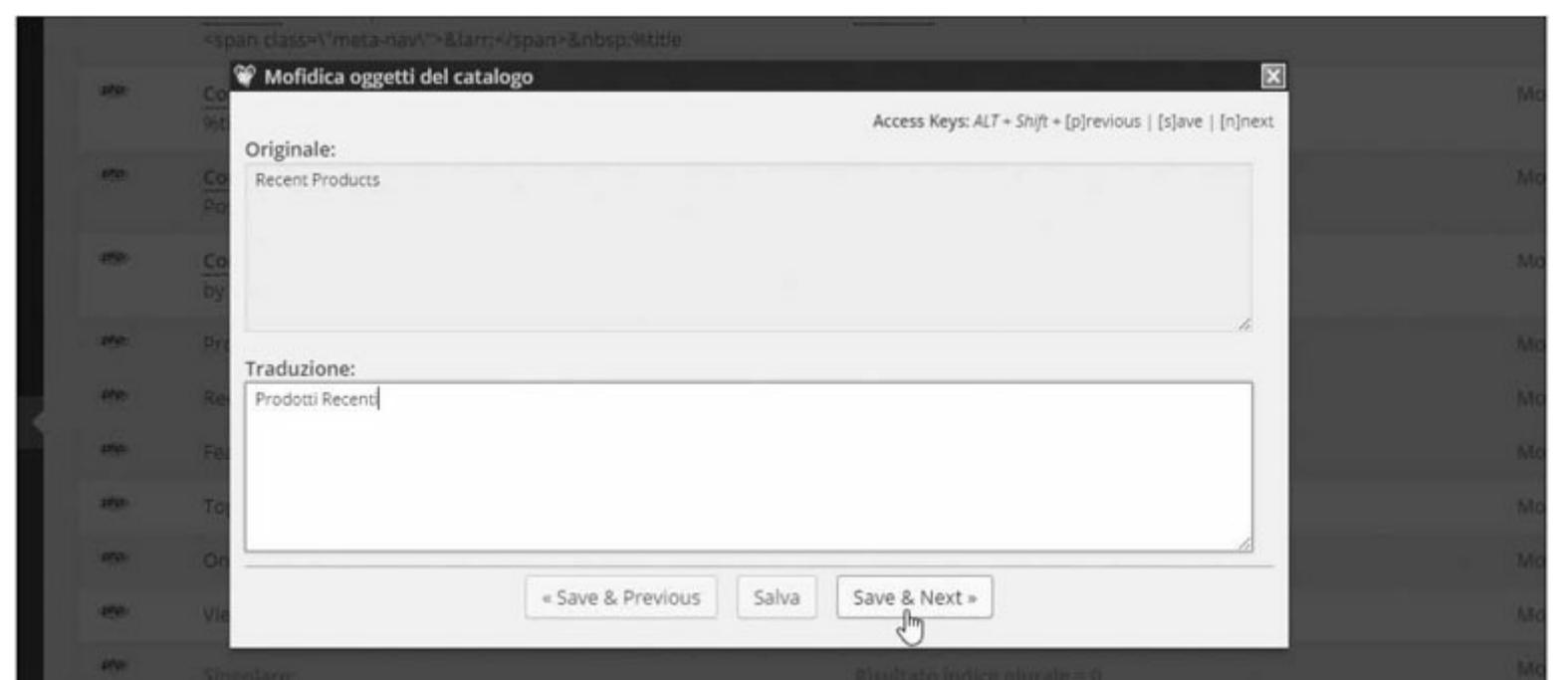


Figura 9.9 – La finestra di traduzione del testo; si notino in basso i vari pulsanti che permettono di salvare la traduzione inserita e procedere in avanti o a ritroso scorrendo gli altri elementi di testo disponibili per la traduzione. Ultimata la traduzione tornate nella prima schermata dell'elenco e cliccate sul pulsante *genera un file* in alto a sinistra, dopodiché verificate la presenza dei nuovi testi ricaricando la home page del sito.

nota

Non provate a utilizzare con il plugin WooCommerce la stessa procedura appena vista per il tema, poiché rischiereste di sostituire il file di lingua originale con quello prodotto da Codestyling Localization e vi toccherebbe ritradurre tutti i testi. Il file di lingua utilizzato da WooCommerce, infatti, è gestito in modo diverso e fa riferimento alla traduzione presente sul sito dello sviluppatore.

La procedura appena vista in genere è applicabile anche ad altri temi, e non è l'unica utilizzabile. L'alternativa è la creazione e/o modifica diretta del file di lingua attraverso il software *PoEdit* e il conseguente caricamento del nuovo file aggiornato o creato via FTP nella cartella del tema sullo spazio di hosting. Questa procedura, tuttavia, richiede una maggiore dimestichezza tecnica, quindi non è stata utilizzata in questo caso. Chi desiderasse documentarsi a riguardo per questa come per altre soluzioni di gestione di WordPress rimando al mio libro *WordPress – Guida Completa*.

Organizzazione dei menu

Anche se probabilmente avete già personalizzato il menu del sito seguendo le istruzioni fornite nel quinto capitolo, potreste non aver ancora inserito le voci riguardanti le pagine del negozio create da WooCommerce e le categorie prodotto (Figura 9.10).

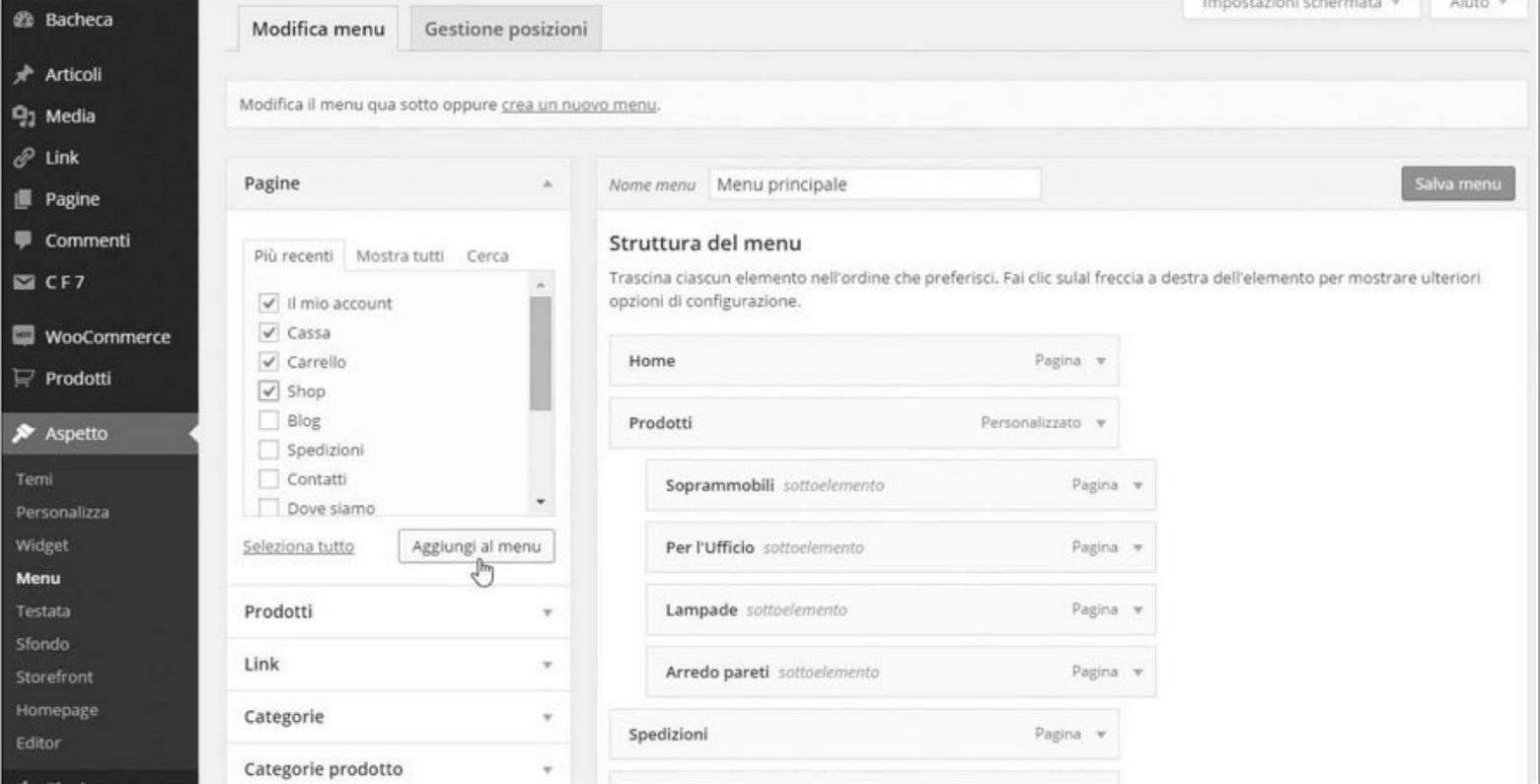


Figura 9.10 – Le pagine di WooCommerce presenti nel pannello di scelta dei menu, a sinistra, pronte per l’inserimento.

Come avrete sicuramente notato subito, lo spazio a disposizione sulla riga del menu principale è piuttosto limitato, il che costringe a ripensare l’organizzazione delle voci di navigazione in maniera più efficiente e razionale, possibilmente raggruppandole in voci principali. Nel capitolo avete già visto come creare una voce di menu fittizia utilizzando l’opzione *Link* e il cancelletto, quindi potete sfruttare nuovamente la stessa soluzione per accorpare eventualmente le voci di menu relative alle pagine di WooCommerce e alle categorie dei prodotti.

Dovrete, quindi, individuare una soluzione ottimale che vi permetta di tenere tutte le voci di menu su una singola riga, ma nello stesso tempo che risulti intuitiva per gli utenti consentendo loro di individuare facilmente anche le sotto-voci del menu (Figura 9.11). Ricordate, inoltre, che avete a disposizione un menu secondario, visto che questo tema lo prevede, e potete quindi creare un nuovo menu usando l’omonimo link in alto nella schermata di gestione dei menu e, dopo averlo composto con gli elementi desiderati, assegnarlo al menu secondario mettendo la spunta sulla voce corrispondente (*Secondary menu*) nell’area Posizione del tema nella parte bassa del riquadro di composizione. Non dimenticate, ovviamente, di confermare ognuna delle due operazioni cliccando sui rispettivi pulsanti.

In genere il menu secondario viene visualizzato, con un testo di minori dimensioni, in alto nella testata del sito al di sopra del menu principale (Figura 9.12), quindi tenete in conto la sua minore visibilità e riservatelo eventualmente solo per voci secondarie.

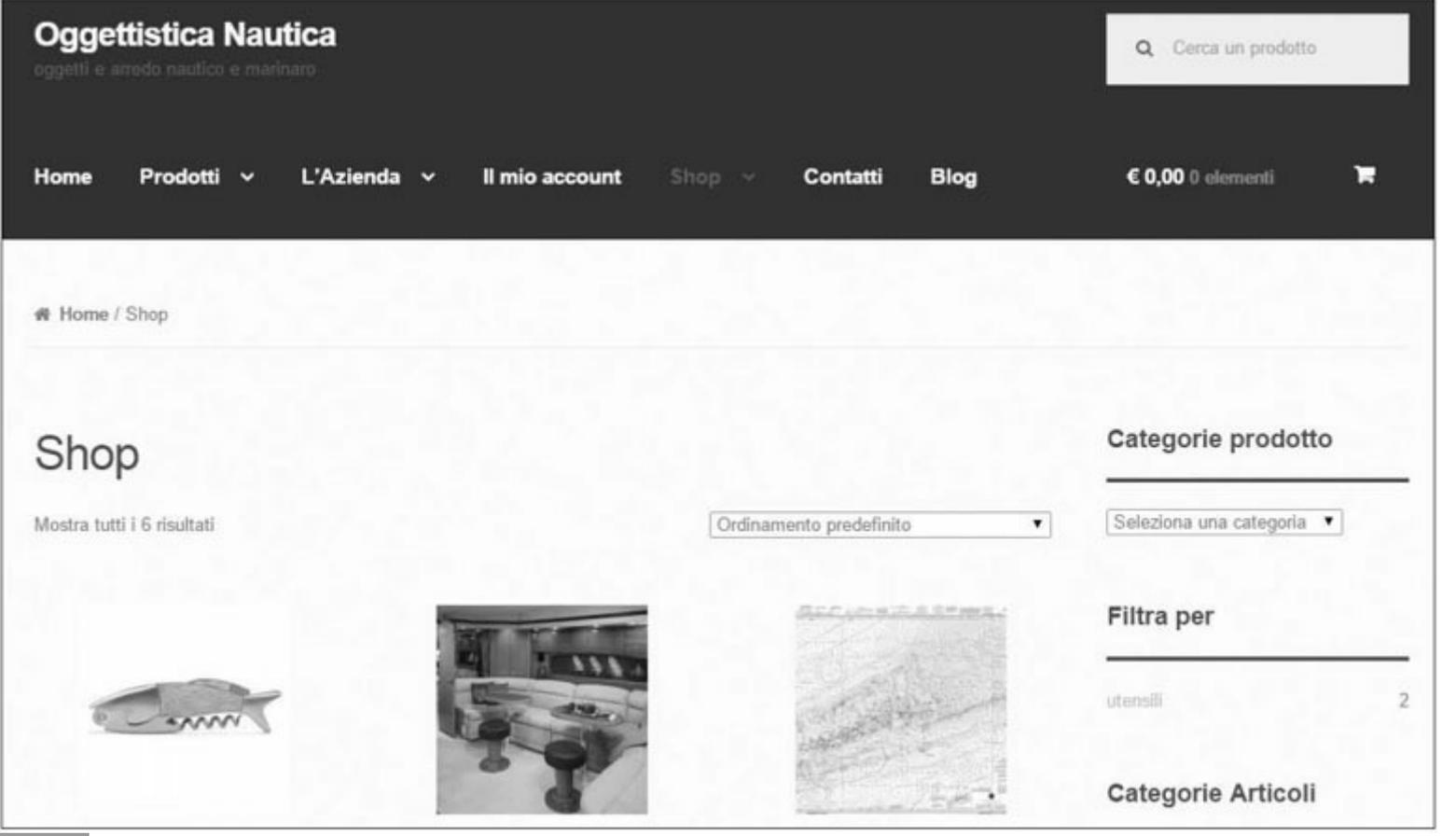


Figura 9.11 – Il menu di navigazione principale ottimizzato per restare su una singola riga; si noti la pagina *Shop* di WooCommerce visualizzata, che mostra tutti i prodotti assieme a un menu di selezione che permette di ordinarli secondo varie possibilità (prezzo, novità, popolarità ecc.).

Welcome

Benvenuti sul sito di **Oggettistica Nautica e Marinara**. Visitando le pagine del nostro sito potrete scoprire oggetti d'**arredo nautico** per la casa e per l'ufficio che possono diventare un elemento di eleganza originalità per voi o un regalo indimenticabile per le persone che amate. Visitateci spesso per scoprire nuovi prodotti e nuove offerte, e non dimenticate di contattarci usando l'apposita funzione collegata a ogni prodotto oppure i riferimenti presenti nella pagina **Contatti**.

Nelle pagine del nostro sito troverete tutti i prodotti presenti in negozio o comunque ordinabili: **cannocchiali**, **navi-in-bottiglia**, **sestanti**, **quadri con nodi marinari**, e molti altri **articoli da parete** o per **l'arredo dell'ufficio in stile nautico e marinaro**.

Figura 9.12 – Il menu secondario visualizzato in alto sopra quello principale e configurato con le categorie di prodotto; si noti il testo di minori dimensioni utilizzato in questo caso.

nota

Tra le pagine create da WooCommerce e collegate alle voci di menu è presente anche quella denominata "Il mio account", che gli utenti possono utilizzare per ottenere un riepilogo degli ordini effettuati, compresi eventuali link per il download di prodotto scaricabili, ma anche per modificare la propria password o altri dettagli dell'account.

Una volta configurata la navigazione relativa ai menu, potete aggiungere quella attraverso i widget, che sarà descritta nel prossimo paragrafo.

Utilizzo dei widget

Nel sesto capitolo avete già fatto la conoscenza con i widget, gli elementi modulari e configurabili che potete collocare in aree predisposte all'interno del tema scelto e che vengono installati dal tema stesso oppure da appositi plugin. In questo caso, con l'installazione di WooCommerce vengono resi disponibili i seguenti widget aggiuntivi:

- Carrello**
Visualizza il contenuto del carrello, con l'opzione per nascondere il widget quando il carrello è vuoto.
- Categorie prodotti**
Contiene le stesse impostazioni del widget *Categorie* standard di WordPress, ma in questo caso visualizza le categorie che avete creato per i prodotti.
- Prodotti**
Questo widget visualizza un elenco di prodotti permettendo di impostarne la quantità, la tipologia (tutti, in evidenza, in saldo) e l'ordinamento. Contiene, inoltre, due opzioni che permettono rispettivamente di nascondere i prodotti gratuiti e di mostrare nuovamente quelli nascosti.
- Filtro prezzi**
Visualizza un pratico strumento visuale con il quale è possibile restringere la visualizzazione dei prodotti soltanto a quelli che rientrano in una fascia di prezzo specifica.
- Layered Nav**
Si tratta di un filtro che utilizza i parametri di eventuali prodotti variabili, consentendo la visualizzazione filtrata secondo gli attributi delle variazioni di prodotto. Per esempio, nel caso di un capo d'abbigliamento configurato come prodotto variabile, conterrà le misure, i colori ecc.
- Layered Nav Filters**
Visualizza i filtri attivi (per es. quello della fascia di prezzo) consentendo agli utenti la loro disattivazione.
- Più Apprezziati**
Elenca i prodotti che hanno ricevuto voti o sono stati comunque acquistati, visualizzando anche il voto insieme a nome, prezzo e miniatura dell'immagine. È possibile stabilire il numero di prodotti da visualizzare.
- Recensioni**
In questo caso il widget visualizza direttamente le recensioni dei prodotti, se disponibili, permettendo ancora una volta di selezionarne il numero.
- Ricerca prodotti**
Offre un campo di ricerca simile a quello generico di WordPress ma riservato esclusivamente al testo contenuto nelle descrizioni dei prodotti.
- Tag prodotto**
Visualizza un elenco delle etichette assegnate ai prodotti, con la possibilità di cliccare sui termini filtrando la visualizzazione secondo il tag scelto.
- Visionati di recente**
Come suggerisce il nome, visualizza i prodotti che l'utente ha visionato di recente, permettendogli di accedere rapidamente alle rispettive schede. Molto importante da un punto di vista del marketing oltre che della fruibilità.

Starà a voi decidere quali widget utilizzare e in quali aree, fra quelle disponibili (Figura 9.13), collocarli per un migliore risultato estetico ma anche funzionale. Nel caso di Storefront, oltre all'area widget della barra laterale troverete quella della testata, Header, e le quattro aree del piè di pagina, Footer. Oltre che trascinandoli dentro e fuori dalle diverse aree per aggiungerli ed eliminarli rispettivamente, oppure da un'area all'altra per cambiare loro posizione, potete scegliere l'area dall'elenco che compare cliccando sul loro nome, nella lista generale dei widget disponibili, confermando poi con il pulsante **Aggiungi un widget**.

nota

Ricordate che l'installazione di nuovi plugin permette di aggiungere widget con funzionalità non contemplate nella versione di base, gratuita, di WooCommerce. Allo stesso modo, altri temi, soprattutto commerciali, potrebbero contenere eventuali widget progettati appositamente per l'utilizzo con WooCommerce.

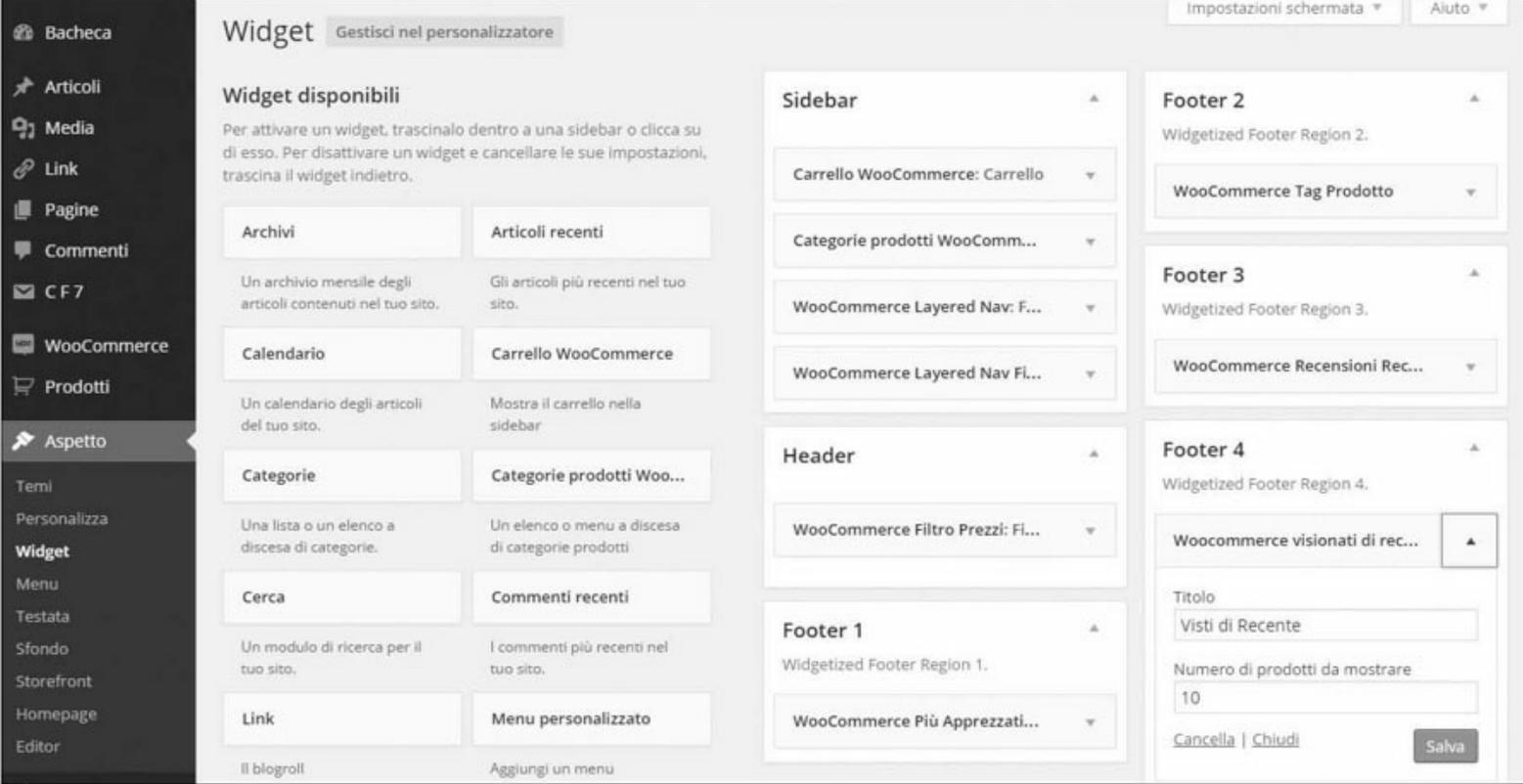


Figura 9.13 – Le diverse aree widget disponibili nel tema Storefront con alcuni widget già inseriti; si noti l'elenco delle aree widget che compare cliccando sul nome di ognuna di esse.

Personalizzazione del tema

Nel sesto capitolo sono state già descritte le possibilità di personalizzazione offerte da WordPress attraverso l'opzione Personalizza del menu Aspetto, che per quanto differiscano in modo più o meno marcato da un tema all'altro sono tutte abbastanza intuitive e risultano utili per dare al sito un aspetto più adatto al tipo di prodotti in vendita.

In particolare, la possibilità di definire i colori di sfondo, testo e pulsanti (Figura 9.14) e di assegnare un'immagine alla testata o alle pagine del sito, si traduce in una forma importante di personalizzazione che vale assolutamente la pena sfruttare. È necessario, naturalmente, utilizzare con cura e sapientemente le opzioni disponibili, per non penalizzare la leggibilità del testo o l'estetica del sito in generale.

L'utilizzo del pannello Personalizza è altamente consigliato nella fase di progettazione strutturale ed estetica del sito, dal momento che nella barra di personalizzazione trovate, oltre alle opzioni appena menzionate, anche tutte quelle già viste per i widget, i menu e alcune opzioni generali come il titolo e il motto oppure la definizione della pagina statica di inizio. La praticità di questo strumento deriva soprattutto dalla presenza di un'anteprima in tempo reale di quasi ogni modifica, pertanto vi incoraggio a utilizzarlo intensivamente per tutte le opzioni disponibili.

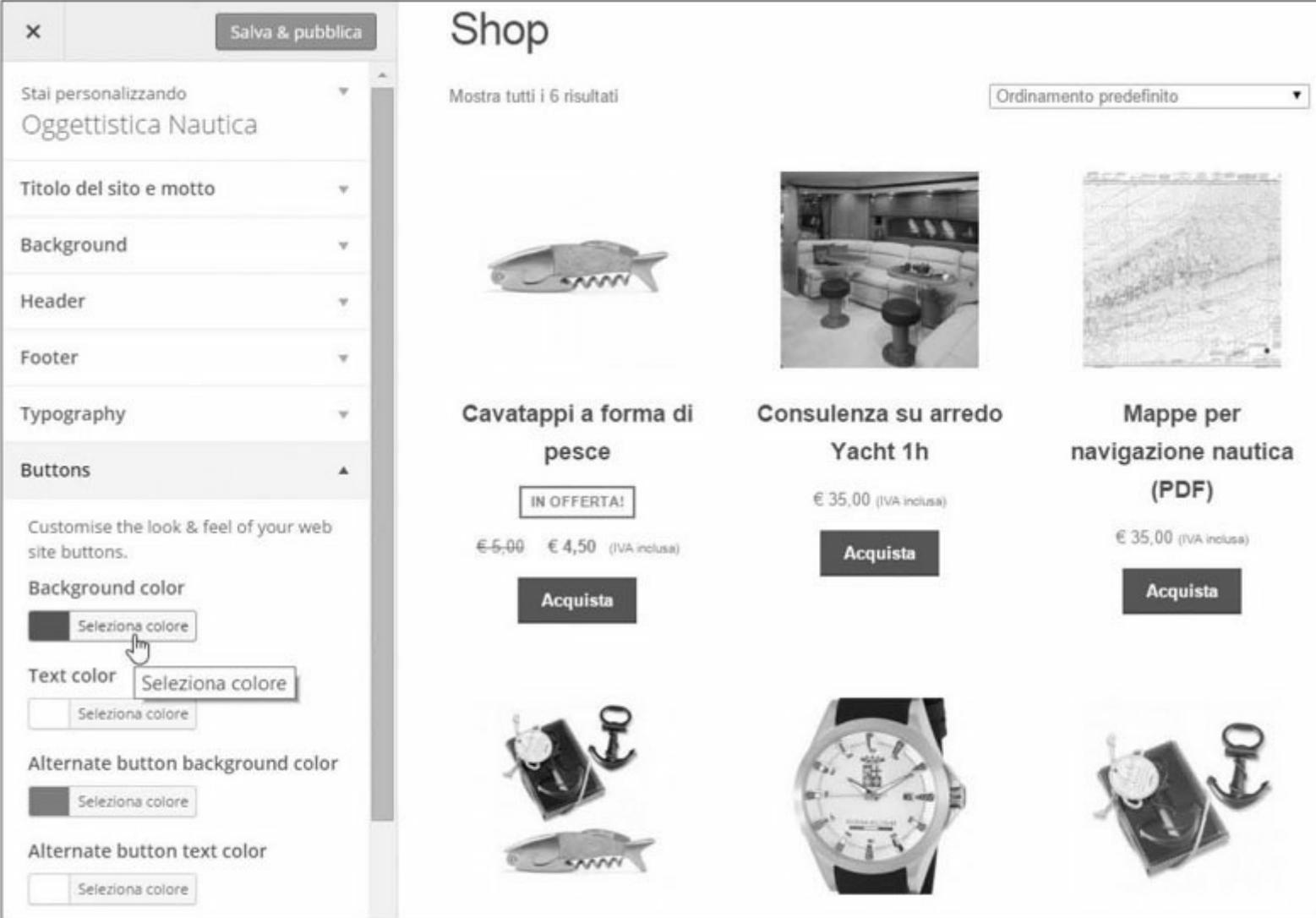


Figura 9.14 – La personalizzazione dei pulsanti attraverso il pannello Personalizza della sezione Aspetto di WordPress.

Ricordate che la visualizzazione del pannello laterale degli strumenti di personalizzazione riduce, sugli schermi non particolarmente ampi, lo spazio di anteprima e di conseguenza potrebbe spingere alcune voci di menu sulla seconda riga. Si tratta in ogni caso di un effetto temporaneo e visibile solo all'amministratore e, come scoprirete subito, sparisce quando si torna alla visualizzazione standard. Inoltre, tenete presente che alcune modifiche, per es. quelle al colore dei pulsanti, non hanno un effetto immediato nell'anteprima, quindi aspettate sempre qualche secondo per verificarle.

Per concludere il discorso sulla personalizzazione, è giusto menzionare la possibilità di inserire al posto del testo di titolo e motto un vero e proprio logo grafico, che in altri temi (soprattutto quelli commerciali) viene offerta per mezzo di un'opzione presente pannello di personalizzazione del tema stesso mentre qui è assente, trattandosi di un tema gratuito e molto semplificato dal punto di vista delle impostazioni.

Storefront sfrutta, per l'inserimento del logo grafico, il popolare plugin *Jetpack*, sviluppato dalla stessa *Automattic*, azienda che segue la diffusione di WordPress e gestisce la piattaforma di blogging *WordPress.com* basata sul CMS.

Per aggiungere questa opzione agli strumenti di personalizzazione, installate prima di tutto Jetpack usando lo stesso sistema già visto per gli altri plugin (Figura 9.15). Una volta installato, il plugin va attivato registrandosi gratuitamente su *WordPress.com*, usando il pulsante presente nel banner visualizzato dal plugin stesso nella parte alta dell'area di amministrazione (Figura 9.16).

The screenshot shows the WordPress dashboard's 'Add Plugins' page. A search bar at the top right contains the text 'jetpack'. Below the search bar, there are tabs for 'Risultati della ricerca', 'Segnalati', 'Popolari', 'Raccomandati', and 'Preferiti'. The search results show three plugin cards:

- Jetpack by WordPress.com:** 'Your WordPress, Streamlined.' by Automattic. It has 1,531 stars and 13,628,403 downloads. It is compatible with the current version of WordPress. Buttons for 'Installa adesso' and 'Maggiori dettagli' are visible.
- Jetpack German (de...):** 'Use Jetpack with proper German translations. Approved for client usage. Jetpack endlich komplett vernünftigem Deutsch. Kliententauglich.' by David Decker - DECKERWEB. It has 4 stars and 59,416 downloads. Buttons for 'Installa adesso' and 'Maggiori dettagli' are visible.
- Jetpack Lite:** 'Completely removes all Jetpack modules except for Stats and WP.me Shortlinks modules. Jetpack is required!' It has buttons for 'Installa adesso' and 'Maggiori dettagli'.
- Slim Jetpack:** 'Slim version of Jetpack unlinked from WordPress.com :) Supercharge your self-hosted site even you're NOT WP.COM users.' It has buttons for 'Installa adesso' and 'Maggiori dettagli'.

Figura 9.15 – La scheda informativa di *Jetpack* ottenuta con la ricerca del suo nome nella schermata *Aggiungi plugin*; si notino i riferimenti alla piattaforma *WordPress.com* su cui il plugin è basato per le sue funzionalità e il link ad *Automattic*, che si occupa di WordPress in generale.

The screenshot shows the WordPress dashboard's 'Plugin' page. At the top, there is a notification banner that says 'Your Jetpack is almost ready!' with a button 'Connettere a WordPress.com'. Below the notification, it says 'Plugin attivato.' and shows a search bar for installed plugins. A table lists the installed plugins:

Plugin	Descrizione
<input type="checkbox"/> Akismet Attiva Modifica Cancella	Used by millions, Akismet is quite possibly the best way in the world to protect your blog from comment and trackback spam . It keeps your site protected from spam even while you sleep. To get started: 1) Click the "Activate" link to the left of this description. 2) Sign up for an Akismet API key, and 3) Go to your Akismet configuration page, and save your API key. Versione 3.0.4 Di Automattic Visualizza i dettagli
<input type="checkbox"/> All In One SEO Pack Attiva Modifica Cancella	Out-of-the-box SEO for your WordPress blog. Options configuration panel Upgrade to Pro Version Donate Support Amazon Wishlist

Figura 9.16 – l'avviso che Jetpack visualizza subito dopo l'installazione e conseguente attivazione, con il pulsante per collegarsi al sito *WordPress.com* e registrare un account con il quale sarà possibile attivare le funzionalità del plugin.

Una volta arrivati sulla schermata di login e registrazione, se non possedete già un account di *WordPress.com* potete registrarvi gratuitamente cliccando sul link *Bisogno di un conto?* e inserendo, nella schermata successiva, il vostro indirizzo e-mail seguito dal nome utente e dalla password scelti, seguendo le istruzioni visualizzate sulla destra. Per scegliere una password sicura potete anche utilizzare il link in basso a destra nel riquadro di registrazione.

La registrazione su *WordPress.com* attiva gran parte delle funzionalità del plugin Jetpack, mettendo a disposizione strumenti molto potenti, che la piattaforma di blogging utilizza da anni per i suoi utenti. La registrazione, in ogni caso, è indipendente dall'utilizzo di *WordPress.com* in quanto tale e può essere limitata semplicemente all'attivazione dei servizi collegati al plugin.

Una volta che vi sarete registrati, riceverete un messaggio e-mail contenente un pulsante e un link di verifica su cui dovrete cliccare per completare la registrazione, dopodiché riceverete un secondo messaggio di conferma e sarete nel frattempo portati sulla schermata finale (Figura 9.17), dove potrete cliccare sul pulsante *Autorigizza Jetpack* e tornare all'area di amministrazione di WordPress.

Oggettistica Nautica



Il tuo conto è ormai attivo. Identificati qui sotto per attivare Jetpack

Jetpack vuole collegare l'utente BDB su www.oggettistica-nautica.com a [dibellobonaventura su WordPress.com](http://dibellobonaventura.wordpress.com).
To connect using a WordPress.com account other than [dibellobonaventura](http://dibellobonaventura.wordpress.com) please [sign out](#) first.

Autorizzare il collegamento Jetpack?

Vietare

Autorizza Jetpack



Figura 9.17 – La schermata finale di registrazione su WordPress.com per l'autorizzazione del plugin Jetpack; cliccando sul pulsante *Autorizza Jetpack* dopo avere completato l'operazione si torna all'area amministrativa di WordPress per utilizzare il plugin in tutte le sue funzionalità.

Una volta tornati nell'area amministrativa del vostro sito, vi ritroverete nella schermata di presentazione di Jetpack (Figura 9.18) dove, cliccando sul pulsante *Impostazioni* oppure sul link nel messaggio di conferma, accederete all'area di configurazione del plugin. Nel frattempo noterete, sulla sinistra, che è stato aggiunto il nuovo menu *Jetpack* alla barra di amministrazione di WordPress, nel quale è appunto presente anche la voce *Impostazioni* che vi conduce alla stessa schermata di configurazione.



Figura 9.18 – La schermata finale di conferma della registrazione e abilitazione di Jetpack, con il pulsante e il link alla pagina di configurazione del plugin; si noti, a sinistra, il nuovo menu *Jetpack* aggiunto alla barra laterale dei menu di WordPress.

A questo punto, cliccando su *Aspetto* → *Personalizzazione* noterete che la prima voce è cambiata, diventando *Titolo, motto e logo del sito*, in quanto al suo interno è ora presente il pulsante *Aggiungi logo* e il riquadro di anteprima dello stesso, il che vi permette di caricare l'immagine di un vostro logo personalizzato per il sito.

Potrete in seguito esplorare con calma tutte le altre funzionalità introdotte da Jetpack nel vostro sito, alcune delle quali molto utili e interessanti e comunque abbastanza intuitive nell'utilizzo.

nota

Jetpack aggiunge un numero notevole di strumenti a WordPress e non basterebbe un intero capitolo per descriverli tutti e spiegarne l'utilizzo. La loro trattazione esula dagli obiettivi di questo volume, quindi vi rimando come sempre ad altre fonti, fra cui "WordPress – Guida Completa" e il sito wpaz.it per ulteriori approfondimenti.

Utilizzare gli shortcode di WooCommerce

L'ultimo elemento di cui ci occupiamo in questo capitolo dedicato alla personalizzazione del sito riguarda gli *shortcode*, ovvero quei comandi introdotti da WooCommerce con i quali è possibile configurare intere pagine o parte di esse affinché contengano elementi del negozio come il contenuto del carrello, i prodotti visionati di recente, i dati di registrazione dell'utente e così via.

nota

Se avete già esaminato le pagine create automaticamente da WooCommerce dopo l'installazione e attivazione del plugin, vi sarete accorti che sono formate semplicemente da uno shortcode. Per esempio, la pagina Carrello contiene soltanto lo shortcode `[WooCommerce_cart]` e nient'altro. Se non l'avete ancora fatto, aprite in modifica tali pagine per scoprire quali shortcode sono stati utilizzati, ma facendo attenzione a non cambiare il loro contenuto.

Utilizzando queste semplici stringhe di testo sarete quindi in grado di creare pagine personalizzate o inserire contenuti mirati all'interno di una pagina o di un articolo.

Un elenco dettagliato di tutti gli shortcode disponibili in WooCommerce è disponibile sull'apposita pagina del sito ufficiale (wpaz.it/169), comprensivo di esempi e di eventuali parametri aggiuntivi utilizzabili (Figura 9.19). La pagina è ovviamente in inglese, ma è abbastanza facile utilizzarne le indicazioni grazie ai numerosi esempi.

Search the Documentation

All Documentation

SEARCH

Search

Documentation / Plugins / WooCommerce / Getting Started / 2. Settings & Options

308 2 Report

Shortcodes included with WooCommerce

- 1. Cart
- 2. Checkout
- 3. Order Tracking Form
- 4. My Account
- 5. Recent products
- 6. Featured Products
- 7. Product
- 8. Products

WooCommerce comes with several shortcodes which can be used to insert content inside posts and pages. The following shortcodes are inserted into pages upon installation and therefore shouldn't need to be used anywhere else.

WooCommerce > 2.1.x Shortcodes:

- `[woocommerce_cart]` – shows the cart page
- `[woocommerce_checkout]` – shows the checkout page
- `[woocommerce_order_tracking]` – shows the order tracking form
- `[woocommerce_my_account]` – shows the user account page

Figura 9.19 – La pagina ufficiale con tutto l'elenco, completo di esempi, degli shortcode utilizzabili con WooCommerce (wpaz.it/169).

Se avete già simulato qualche ordine accedendo al sito come nuovi utenti anziché utilizzare le vostre credenziali di amministratori di WordPress, avrete sicuramente osservato il funzionamento delle fasi di registrazione dei nuovi clienti nel negozio.

In caso contrario, vi consiglio di farlo e di utilizzare ovviamente dei dati diversi da quelli del vostro account da amministratore, in modo da potervi esercitare a gestire l'ordine e l'anagrafica come fareste con quelli di un vero cliente.

WooCommerce, infatti, aggiunge al vostro sito le opzioni tipiche di qualsiasi negozio online, permettendo ai clienti di registrarsi e creare un proprio account. I clienti che si registrano saranno inseriti all'interno dell'area **Utenti** del CMS sotto la nuova categoria **Customer** ("clienti" in inglese).

Provate quindi ad accedere al sito senza essere loggati in WordPress, eventualmente usando un altro browser se volete continuare a gestire il sito con il browser attivo, ed effettuate un ordine di uno o più prodotti, inclusi eventualmente quelli virtuali e scaricabili, procedendo fino al checkout. Potete scegliere come sempre di pagare con bonifico o assegno, se tali pagamenti sono attivi, oppure impostare un prezzo di pochi centesimi in PayPal se volete testare anche questa modalità di pagamento, per completare l'acquisto senza essere costretti a spendere.

In questo modo sarete in grado di simulare l'intera procedura d'acquisto e di avere dei dati cliente e degli ordini nuovi da poter gestire seguendo le istruzioni di questo capitolo.

Gestione dei clienti

WooCommerce integra i clienti registrati negli utenti di WordPress, di conseguenza per accedere all'elenco degli utenti registrati e ai rispettivi dati di registrazione dovrete cliccare sul menu **Utenti**, accedendo così alla schermata principale che elenca tutti gli utenti registrati in generale.

Noterete subito che nell'elenco, così come nei link in alto, è presente la nuova voce **Customer**, che significa appunto clienti. Cliccando sul link potrete così filtrare l'elenco e ottenere unicamente una lista dei clienti che si sono registrati nel negozio online, e cliccando su ognuno dei nomi nell'elenco potrete accedere alla schermata di riepilogo dei suoi dati (Figura 10.1) in fondo alla quale troverete le due nuove voci aggiunte da WooCommerce, relative agli indirizzi di fatturazione e spedizione.

Indirizzo di fatturazione del cliente	
Nome	Mario
Cognome	Rossi
Società	
Indirizzo 1	Via Mazzini 15
Indirizzo 2	
Città	Milano
C.A.P.	20125
Provincia	MI
	<i>Stato/Provincia o il codice di Stato</i>
Stato	IT

Figura 10.1 – La parte finale della schermata con i dati di un utente registratosi come cliente del negozio online; si noti una delle due nuove sezioni aggiunte da WooCommerce, relativa all'indirizzo di fatturazione impostato dal cliente.

Ovviamente i clienti potranno accedere ai loro profili utente e modificare i propri dati se necessario, quindi non ci sarà bisogno di interventi da parte vostra a meno di esigenze particolari.

La comunicazione con i clienti avverrà naturalmente partendo dai loro ordini, della cui gestione ci occupiamo nel paragrafo che segue.

Report e statistiche di vendita

Avrete già notato, accedendo all'area amministrativa del sito, come nella schermata principale della bacheca di WordPress sia presente un riquadro che riassume lo "stato" di WooCommerce (Figura 10.2), sintetizzando i dati sulle vendite del mese, il prodotto più venduto, gli ordini in attesa di elaborazione e già elaborati e infine i prodotti in esaurimento o esauriti. Di fianco a questo pannello è presente anche un secondo riquadro in cui sono riportate, se presenti, le ultime recensioni inserite dai clienti.

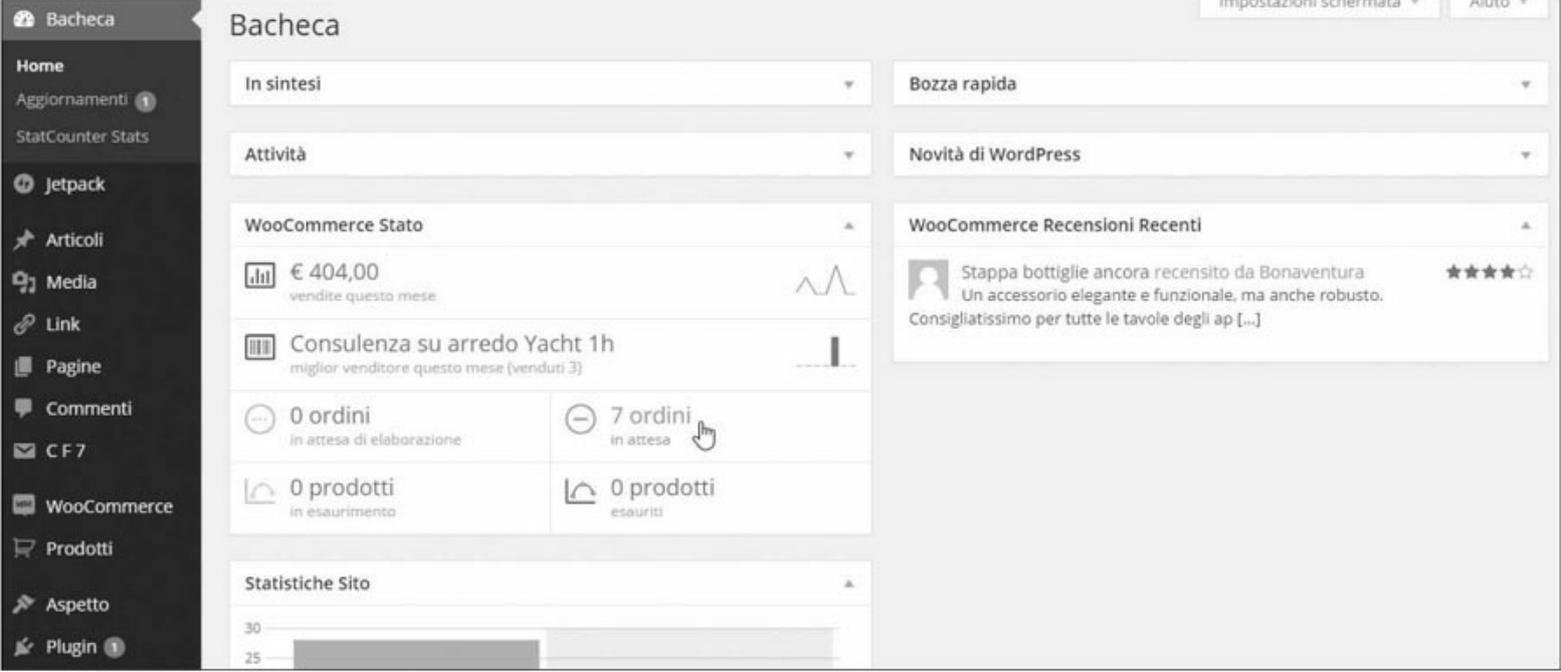


Figura 10.2 – Il pannello di “stato” di WooCommerce visualizzato nella home page della Bacheca di WordPress; si noti a destra il riquadro delle recensioni più recenti inserite dai clienti per i prodotti.

Cliccando sulle voci all’interno del riquadro di stato accederete direttamente alle schede corrispondenti nella schermata Rapporti di WooCommerce, raggiungibile anche dall’omonima voce di menu nella barra principale di amministrazione di WordPress.

La scheda principale di questa schermata è quella relativa agli ordini (Figura 10.3), mentre le altre, come sempre raggiungibili cliccando sulle corrispondenti etichette, riguardano i clienti, il magazzino e la tassazione.

nota

I dati visualizzati nelle schermate dei rapporti di WooCommerce possono essere esportati, usando il link in alto a destra, nel popolare formato tabellare CSV, compatibile con Excel e con molte altre applicazioni. Ciò permette di stamparli e gestirli più efficacemente al di fuori di WordPress.

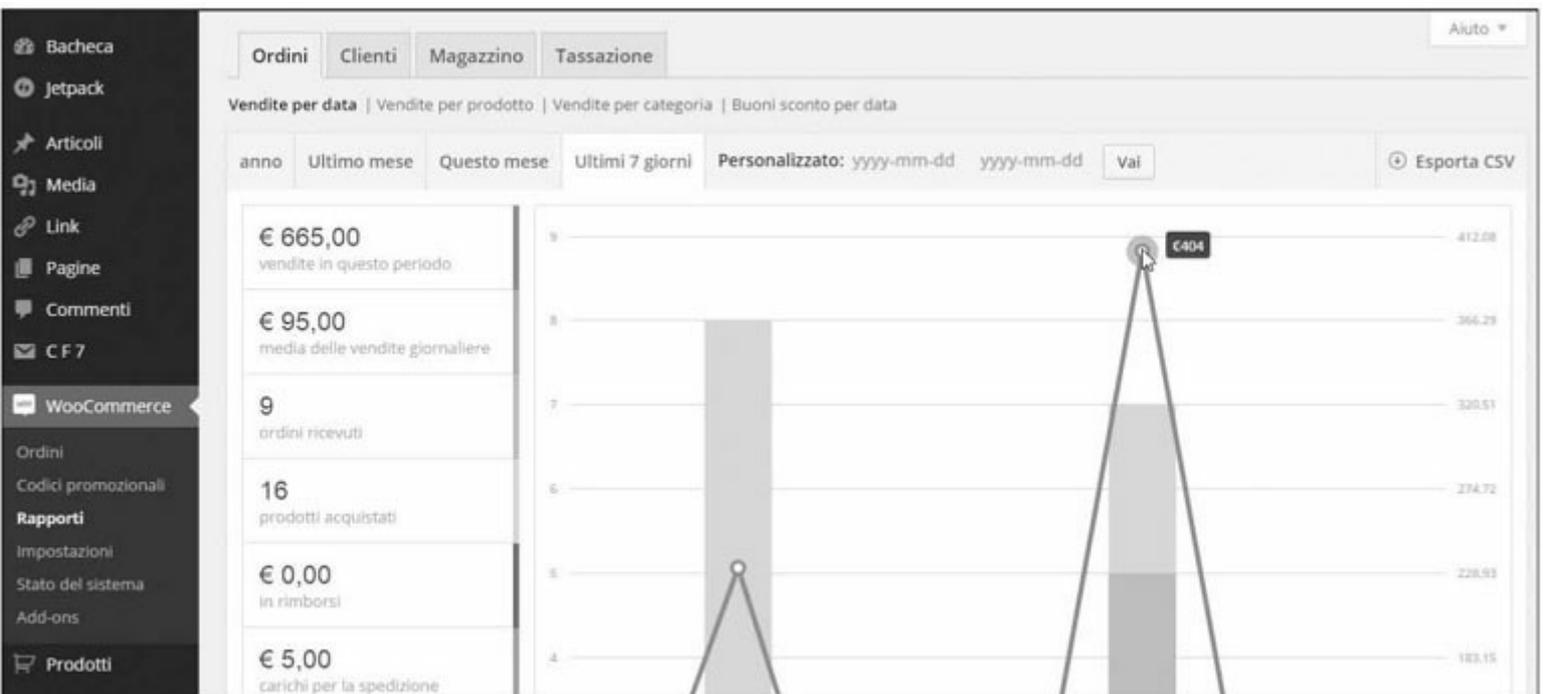


Figura 10.3 – La scheda principale della schermata Rapporti di WooCommerce; si notino le etichette delle tre schede aggiuntive per Clienti, Magazzino e Tassazione.

All’interno della scheda è possibile visualizzare i dati statistici sulle vendite per data, usando i link predefiniti o configurando manualmente il periodo di tempo desiderato e ogni elemento della scheda è interattivo e reagisce al passaggio del puntatore del mouse visualizzando o evidenziando i dati nel grafico principale. È possibile, inoltre, rendere visibili le vendite per prodotto e categoria e le statistiche sull’utilizzo di eventuali buoni sconto.

Cliccando su Vendite per prodotto o Vendite per categoria è inoltre possibile ottenere rapporti e statistiche in un formato più dettagliato (Figura 10.4) anche per specifici periodi di tempo.

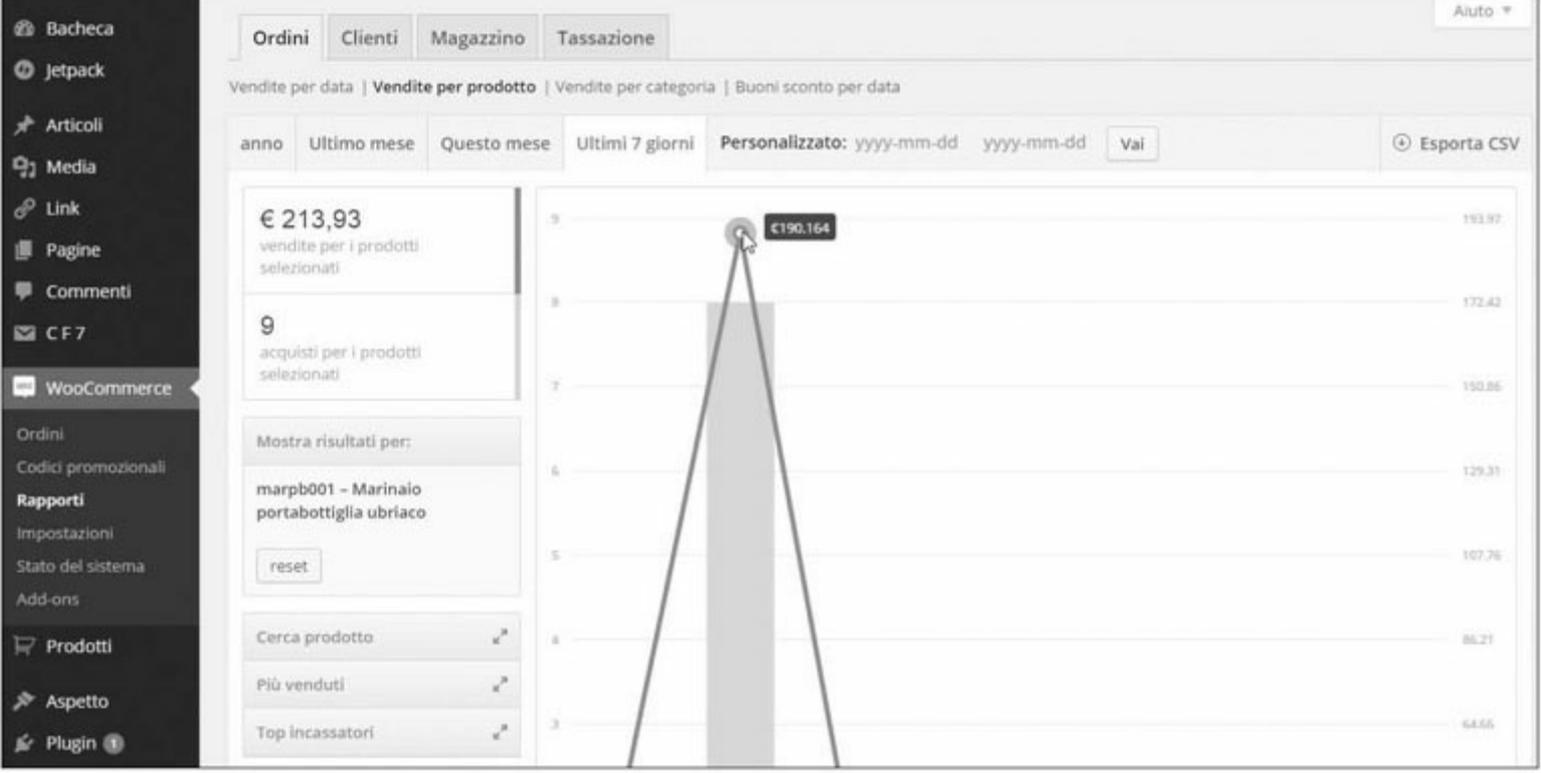


Figura 10.4 – Le statistiche e i rapporti di vendita possono essere visualizzati anche al livello del singolo prodotto, anche in questo caso globalmente oppure in uno specifico periodo.

Le statistiche e i rapporti sui clienti sono visualizzabili, oltre che globalmente o su un periodo di tempo specifico, anche con un raffronto fra ospiti e clienti registrati (Figura 10.5) ed è possibile visualizzare direttamente in questa sezione un elenco di questi ultimi e, cliccando sulle icone alla loro destra, accedere al loro profilo oppure agli ordini effettuati e gestirli.

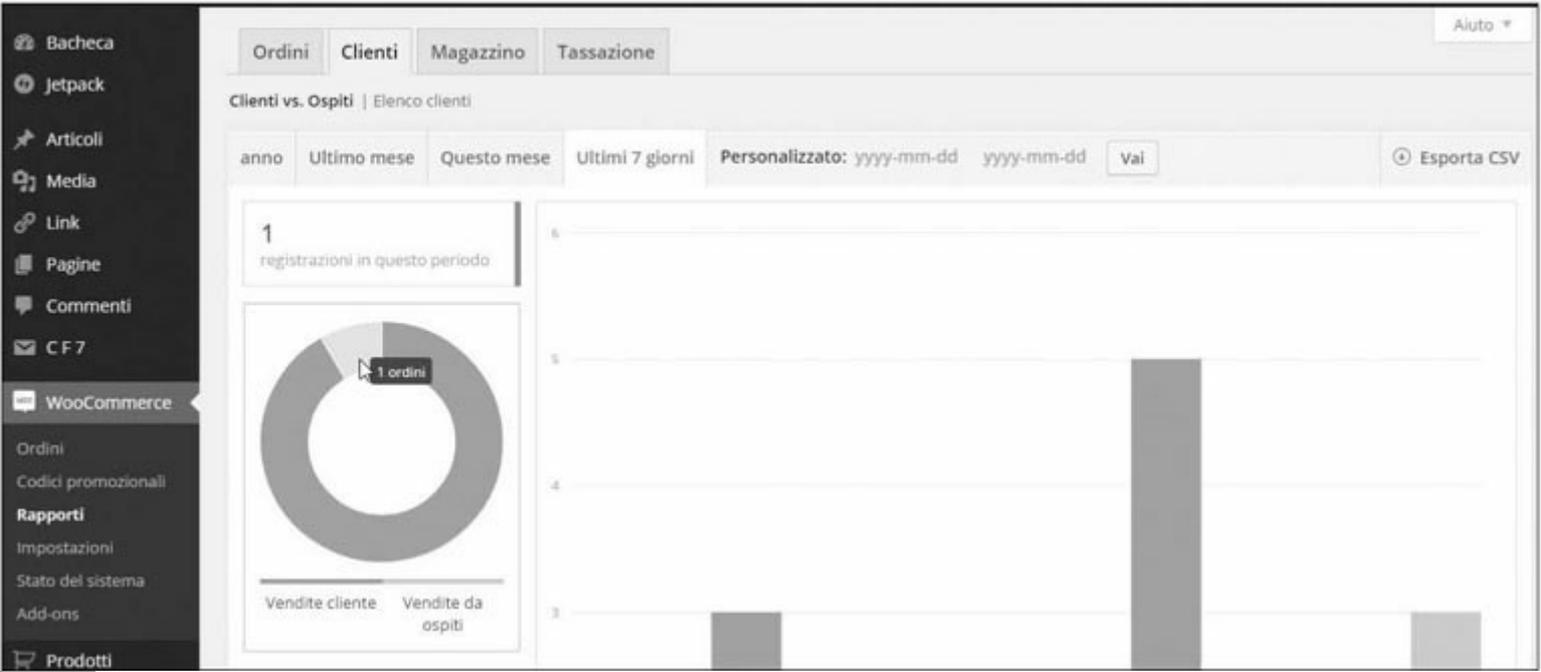


Figura 10.5 – La schermata delle statistiche relative ai clienti; si noti la suddivisione fra ospiti e utenti registrati.

La scheda **Magazzino** permette di visualizzare i prodotti in esaurimento oppure esauriti, ma anche il prodotto con maggiore disponibilità, utile per avviare delle promozioni e smaltire eventuali scorte in eccesso. Per finire, la scheda **Tassazione** permette di visualizzare il totale delle tasse per codice postale e per data, con una suddivisione fra importi, tasse e utile netto.

Elenco degli ordini

Cliccando su **WooCommerce** → **Ordini** visualizzerete l'elenco di tutti gli ordini (Figura 10.6), con la possibilità di filtrarli per mezzo dei link presenti in alto e ottenere così una visualizzazione dei soli ordini in lavorazione, in attesa o completati.

nota

Dal momento che un ordine può anche essere cestinato (è il caso di quelli utilizzati nella fase di test del sito, ma non solo) è presente anche un filtro per visualizzare quelli che sono appunto nel "cestino", dando così la possibilità di ripristinarli in caso di necessità oppure di cancellarli definitivamente con l'apposito link, come si fa con le pagine e gli articoli di WordPress e, in generale, con i file sul computer.

Azioni di gruppo	Ordine	Acquistato	Spedisci a	Data	Totale	Azioni
<input type="checkbox"/>	#1217 by Giuseppe Verdi	2 prodotti	Giuseppe Verdi, Via Garibaldi 11, 80122, Napoli, NAPOLI	2015/01/03	€ 70,00	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	#1215 by Gino Bianchi	1 prodotto	Gino Bianchi, Via Umbria 88, 22155, Firenze, FIRENZE Via Spedizione veloce (2-3 gg)	2015/01/03	€ 9,50	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	#1214 by Bonaventura Di Bello	1 prodotto	Bonaventura Bello, Piazza Vittorio Emanuele II n.9, Bonaventura, 50433, Carmignano, PRATO Via Spedizione standard (gratuita per ordini min. 50 Euro)	2015/01/03	€ 170,10	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	#1191 by Mario Rossi	3 prodotti	Mario Rossi, Via Mazzini 15, 20125, Milano, MILANO Via Spedizione standard (gratuita per ordini min. 50 Euro)	2015/01/01	€ 259,00	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	#1190 by Bonaventura Di Bello	1 prodotto	Bonaventura Bello, Piazza Vittorio Emanuele II n.9, Bonaventura, 50433, Carmignano, PRATO	2015/01/01	€ 35,00	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Figura 10.6 – l’elenco degli ordini con tutti i dettagli principali e, a destra, i pulsanti per la gestione rapida; si noti l’icona a sinistra di ogni riga che cambia a seconda dello stato dell’ordine e, sotto il menu di WooCommerce, il numero di fianco alla voce *Ordini* che indica quelli in lavorazione.

Gli ordini sono elencati cronologicamente partendo da quello più recente, ma è possibile invertire l’ordinamento cliccando sul nome della colonna *Data* oppure su quello della colonna *Ordine* (vedi nota seguente). È inoltre possibile ordinare l’elenco secondo il totale dell’ordine, anche in questo caso in maniera decrescente o crescente, cliccando sull’etichetta della colonna *Totale*.

nota

Il numero d’ordine assegnato da WooCommerce non è sequenziale ma semplicemente univoco, tuttavia è possibile ottenere una numerazione sequenziale usando un plugin aggiuntivo. Si veda il capitolo dedicato ai plugin di WooCommerce per maggiori dettagli.

Usando i menu delle date e dei clienti, infine, e cliccando sul pulsante *Filtra* a destra, è possibile ottenere un elenco parziale basato sul filtro impostato. La selezione del cliente o dei clienti da includere nell’elenco si ottiene digitandone il nome anche parziale e cliccando su quello completo quando compare nel campo di ricerca.

Nella prima colonna dell’elenco viene visualizzata un’icona che indica lo stato dell’ordine, che cambia quindi a ogni successivo aggiornamento dello stesso. La seconda colonna contiene il numero d’ordine, il nome del cliente e il suo indirizzo, tutti cliccabili: il primo visualizza la schermata dell’ordine, il secondo quella del profilo utente e il terzo permette di inviare un’e-mail al cliente. La terza e quarta colonna visualizzano rispettivamente la quantità di prodotti ordinati e l’indirizzo di spedizione, mentre le due colonne successive sono collegate alle note inserite dall’utente in fase di checkout e alle note all’ordine inserite dall’amministratore (Figura 10.7). Concludono la riga le colonne della data in cui è stato effettuato l’ordine, del suo totale con il metodo di pagamento scelto e infine le icone di modifica rapida che consentono, rispettivamente, di assegnare all’ordine lo stato “in lavorazione” o “completato” e di visualizzarne il dettaglio.

Visualizza a schermo	Stato	Ordine	Acquistato	Spedisci a	Messaggio utente	Note Ordine	Data	Totale	Azioni
20 Ordini	<input checked="" type="checkbox"/>								

Azioni di gruppo	Ordine	Acquistato	Spedisci a	Data	Totale	Azioni
<input type="checkbox"/>	#1217 by Giuseppe Verdi rinodibello@gmail.com	2 prodotti	Giuseppe Verdi, Via Garibaldi 11, 80122, Napoli, NAPOLI	2015/01/03	€ 70,00	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	#1215 by Gino Bianchi ginobianchi@pippo.it	1 prodotto	Gino Bianchi, Via Umbria 88, 22155, Firenze, FIRENZE Via Spedizione veloce (2-3 gg)	2015/01/03	€ 9,50	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	#1214 by Bonaventura Di Bello info@bonaventuradibello.com	1 prodotto	Bonaventura Bello, Piazza Vittorio Emanuele II n.9, Bonaventura, 50433, Carmignano, PRATO Via Spedizione standard (gratuita per ordini min. 50 Euro)	01/03	€ 170,10	<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Figura 10.7 – Il pannello di personalizzazione della schermata, attivabile cliccando sul pulsante *Impostazioni schermata* in alto a destra, permette di definire quali e quanti elementi dovranno essere visualizzati nella pagina; si noti la visualizzazione della nota più recente, ottenuta passando il puntatore del mouse sull’icona nella riga dell’ordine corrispondente.

Cliccando sul pulsante *Impostazioni schermata*, in alto a destra, potrete infine personalizzare l’elenco attraverso l’apposito pannello (Figura 10.7), scegliendo quali elementi devono essere visualizzati o nascosti e quanti ordini saranno inclusi in ogni schermata.

Gestione degli ordini

Come abbiamo già visto, cliccando sul numero d’ordine o sull’ultima icona a destra (a forma di occhio) all’interno della riga nell’elenco degli ordini si accede alla relativa schermata di gestione (Figura 10.8). Questa schermata contiene diversi pannelli che, differenziando le varie opzioni, rendono più ordinate e intuitive le operazioni di gestione.

Dettagli dell'ordine #1214

Pagamento tramite Bonifico bancario. IP Cliente: 79.33.178.24

Dettagli generali

Data dell'ordine:

2015-01-03 15:11

Stato degli ordini:

- Completato
- Pagamento in attesa
- In lavorazione
- In attesa
- Completato**
- Cancellato
- Rimborsato
- Fallito

Dettagli di fatturazione

Indirizzo:

Bonaventura Bello
Piazza Vittorio Emanuele II n.9

Email:
info@...com

Telefono:

Dettagli di spedizione

Indirizzo:

Bonaventura Bello
Piazza Vittorio Emanuele II n.9

Ordine Elementi

<input type="checkbox"/> Articolo	Qta	Totale	IVA
<input type="checkbox"/> orrdv001 - Orologio Rosa dei Venti Marina Militare colore cinturino: blu	1	€154,92	€34,08
		€ 139,43	€ 30,67

Ordine Azioni

Azioni

Sposta nel cestino

Salva Ordine

Ordine Note

Lo stato dell'ordine è cambiato da In attesa a Completato.

aggiunto il 4 gennaio 2015 alle 09:12 by Bonaventura [Cancella nota](#)

La quantità in magazzino del prodotto ordinato è stata ridotta con successo.

aggiunto il 3 gennaio 2015 alle 15:11 by Bonaventura [Cancella nota](#)

In attesa di pagamento con bonifico Lo stato dell'ordine è cambiato da Pagamento in attesa a In attesa.

aggiunto il 3 gennaio 2015 alle 15:11 by

Figura 10.8 – La schermata di gestione dell'ordine, con i diversi pannelli che permettono di intervenire in vari modi sul suo stato e su ogni dettaglio; si noti il menu aperto per la selezione dello stato dell'ordine.

Il pannello principale, in alto a sinistra, riassume i dettagli dell'ordine, dei quali è possibile modificare data e ora, dati di fatturazione e dati di spedizione. Cliccando sul menu dello Stato degli ordini si cambia appunto quest'ultimo, scegliendo fra sette diverse opzioni, ovvero:

1. **Pagamento in attesa**
L'ordine è stato ricevuto ma il pagamento non è ancora pervenuto.
2. **In lavorazione**
Il pagamento è stato ricevuto e i prodotti sono stati stornati dal magazzino, quindi resta solo da completare l'elaborazione dell'ordine.
3. **In attesa**
I prodotti sono stati stornati dal magazzino ma si attende ancora la conferma del pagamento.
4. **Completato**
L'ordine è stato elaborato e non è più necessario alcun intervento su di esso.
5. **Cancellato**
L'ordine è stato annullato dall'amministratore del negozio o dal cliente stesso, pertanto non è più necessario alcun intervento su di esso.
6. **Rimborsato**
L'amministratore del negozio ha rimborsato l'importo dell'ordine al cliente, anche in questo caso non è necessario intervenire ulteriormente sull'ordine.
7. **Fallito**
Il pagamento non ha avuto esito oppure è stato rifiutato (l'ordine risulta non pagato).

nota

Normalmente l'iter di un ordine passa attraverso i due stati "in lavorazione" e "completato" quando il pagamento avviene online, contestualmente all'ordine, ed è per questo che le uniche due icone di cambio rapido dello stato, presenti nell'elenco degli ordini, riguardano proprio queste due fasi. Se un ordine è associato a un pagamento offline, come un bonifico oppure un assegno, entrano in gioco gli altri stati relativi appunto al pagamento stesso.

Sempre all'interno del pannello principale, in corrispondenza dell'etichetta Cliente in basso a sinistra, viene offerta la possibilità di assegnare l'ordine a un cliente specifico, caricandone poi i dati di fatturazione e/o spedizione cliccando sull'icona a forma di matita a destra delle voci corrispondenti e confermando col pulsante Carica indirizzo di fatturazione/spedizione. Si tratta di una funzione utile per gli ordini ricevuti al di fuori del sito, per esempio tramite telefonata o messaggio e-mail da parte del cliente, e che, essendo gestiti manualmente, dovranno quindi essere creati ex novo cliccando sulla voce [Aggiungi ordine](#) presente in alto a sinistra sia nella schermata dell'elenco degli ordini, sia in quella del dettaglio.

Il pannello [Ordine azioni](#) in alto a sinistra contiene il pulsante di aggiornamento dell'ordine, che conferma le impostazioni effettuate negli altri pannelli, ma anche un menu (Figura 10.9) da cui è possibile spedire nuovamente uno dei messaggi relativi all'ordine oppure generare i permessi di download per gli articoli scaricabili. Anche quest'opzione torna particolarmente utile nei casi in cui un ordine viene generato manualmente dall'amministratore, per esempio a seguito di una comunicazione e-mail o telefonica con il cliente.

Al di sotto di questo pannello trovate quello delle note per l'ordine (Figura 10.9), che elenca tutte le note generate automaticamente o manualmente. Queste ultime si possono inserire usando il campo in basso nel pannello e il relativo pulsante di invio, selezionando dal menu a sinistra se la nota dovrà essere privata, quindi visibile solo all'amministratore, oppure inviata anche al cliente in un messaggio e-mail di aggiornamento. Le note per i clienti vengono evidenziate con un sfondo di colore viola invece che grigio. Sulla sinistra della schermata, sotto il primo riquadro con i dettagli dell'ordine e del cliente, è presente un secondo pannello, [Ordine elementi](#), in cui sono visualizzati i dettagli dei prodotti ordinati, delle tasse e delle spese di spedizione (Figura 10.10). Anche in questo caso potete modificare o aggiungere prodotti, tasse e spese di spedizione ma anche inserire costi aggiuntivi, cliccando sui pulsanti in basso e confermando con il pulsante [Salva](#) dopo ogni modifica. Fra i pulsanti in basso è presente anche quello che attiva i rimborsi, cliccando sul quale viene richiesto l'importo da rimborsare e l'eventuale nota per la causale; dovrete tener conto del fatto che il cliente non riceve automaticamente l'avviso del rimborso, quindi sarà utile in questo caso inviargli una nota per mezzo dell'apposita funzione nel pannello [Ordine note](#) e già descritta in precedenza.

Dettagli dell'ordine #1218

Pagamento tramite Bonifico bancario. IP Cliente: 79.33.178.24

Dettagli generali

Data dell'ordine:

2015-01-04 @ 12:05

Stato degli ordini:

In attesa

Cliente:

Bonaventura (#2 - info@bonaven...

Dettagli di fatturazione

Indirizzo:

Bonaventura Bello
Piazza Vittorio Emanuele II n.9

Email:
info@...com

Telefono:

Dettagli di spedizione

Indirizzo:

Bonaventura Bello
Piazza Vittorio Emanuele II n.9

Note del cliente:
Chiamare al telefono prima di consegnare.

Ordine Azioni

Fattura cliente

Azioni

Rispedisci email ordine

Nuovo ordine

Ordine in elaborazione

Ordine Completato

Fattura cliente

Genera permessi di download

Le abbiamo inviato nuovamente la ricevuta dell'ordine come richiesto.

Cancella nota

La quantità in magazzino del prodotto ordinato è stata ridotta con successo.

aggiunta il 4 gennaio 2015 alle 12:05 by Bonaventura [Cancella nota](#)

In attesa di pagamento con bonifico Lo stato dell'ordine è cambiato da Pagamento in attesa a In attesa.

aggiunta il 4 gennaio 2015 alle 12:05 by Bonaventura [Cancella nota](#)

Aggiungi una nota

Nota cliente [Aggiungi](#)

Articolo	Qta	Totale	IVA
<input type="checkbox"/> stpbanc901 - Set cavatappi+apribottiglie stile marinaro -- Stappa bottiglie ancora	1	€ 2,87	€ 0,63
<input type="checkbox"/> Spedizione veloce (2-3 gg)		€ 5,00	-
Spedizione [?]:		€ 5,00	
IVA:		€ 0,63	
Sconto Ordine [?]:		€ 0,00	
Totale ordine:		€ 8,50	
Rimborsato:		-€ 0,00	

Figura 10.9 – Il menu del pannello *Ordine azioni*, con le opzioni per inviare nuovamente i messaggi relativi all'ordine e per generare i permessi di download dei prodotti scaricabili; si noti al di sotto il pannello delle note dell'ordine, con una nota inviata al cliente, di colore più scuro rispetto alle note private dell'amministratore del negozio.

Articolo	Qta	Totale	IVA
<input type="checkbox"/> stpbanc901 - Set cavatappi+apribottiglie stile marinaro -- Stappa bottiglie ancora Nome: Valore	1	€ 2,87	€ 0,63
<input type="checkbox"/> Spedizione		€ 0,00	-
<input type="checkbox"/> Imballaggio speciale		€ 2,00	-
Spedizione [?]:		€ 0,00	
IVA:		€ 0,63	
Sconto Ordine [?]:		€ 0,00	
Totale ordine:		€ 3,50	
Rimborsato:		-€ 0,00	

Azioni [Aggiungi elemento/i](#) [Aggiungi Tassa](#) [Rimborsa](#) [Calcola Tasse](#) [Calcola il totale](#)

Figura 10.10 – Il pannello *Ordine elementi*, con i dettagli su prodotti, spedizione e tasse; si notino le icone a forma di matita per la modifica degli elementi e quelli con la "X" cerchiata per la loro cancellazione, sulla destra, e i pulsanti in basso per l'aggiunta di nuovi elementi, prodotti e tasse e per il rimborso dell'ordine.

nota

I rimborsi possono essere gestiti in automatico soltanto se si possiede la relativa abilitazione presso il canale (gateway) di pagamento utilizzato. Nel caso di PayPal, per esempio, è necessario possedere un conto Business, che si può richiedere con l'apposito link visualizzato nelle Opzioni conto del proprio profilo sul sito di PayPal. Ricordate che i rimborsi di pagamenti PayPal non comprendono la tariffa già detratta dall'esercente e stornata al momento dell'accredito, quindi la differenza sarà detratta dal vostro conto.

La prima opzione del menu *Azioni* in basso a sinistra nel pannello *Ordine azioni* (Figura 10.11) permette, se l'ordine è ancora in lavorazione, di agire sugli elementi selezionati nel riquadro cancellandoli in gruppo. Le altre due opzioni dello stesso menu consentono invece di ridurre o aumentare la quantità in stock di uno o più prodotti selezionati, se questi ultimi prevedono una gestione delle quantità in magazzino.

Nella parte più bassa della schermata di gestione dell'ordine trovate il riquadro *Permessi* per i prodotti scaricabili (Figura 10.11), con il quale è possibile cercare e selezionare uno o più prodotti e garantire l'accesso al relativo download all'utente cui è associato l'ordine. Per ogni prodotto inserito sarà possibile definire il numero di download e l'eventuale scadenza, oppure revocare l'accesso con un apposito pulsante.

Non rimane altro da aggiungere riguardo alla gestione degli ordini, se non la solita raccomandazione di esercitarvi simulando varie situazioni fino a essere certi di aver compreso la gestione dei vari "stati" disponibili per gli ordini in WooCommerce.

Spedizione [?]:	€ 0,00
IVA:	€ 0,63
Sconto Ordine [?]:	€ 0,00
Totale ordine:	€ 3,50
Rimborsato:	-€ 3,50

- Cancella gli elementi selezionati
- Azioni
- Modifica**
- Cancella gli elementi selezionati**
- Azioni del magazzino**
- Riduci la quantità in stock dell'oggetto
- Aumenta la quantità in stock dell'oggetto

Aggiungi elemento/i

Aggiungi Tassa

Calcola Tasse

Calcola il totale

Permessi per i prodotti scaricabili [?]

Cerca un prodotto scaricabile...

Garantisci l'accesso

Figura 10.11 – Il menu Azioni del riquadro Ordine azioni, con l'opzione per cancellare uno o più elementi selezionati e le due opzioni per l'incremento o il decremento della quantità di uno o più prodotti selezionati; si noti, più in basso, il riquadro Permessi per i prodotti scaricabili.

Come avete potuto notare nel settimo capitolo, osservando le impostazioni di WooCommerce, questo plugin è predisposto per gestire anche la vendita internazionale oltre a quella sul territorio nazionale.

Naturalmente una vendita diretta ad altre nazioni prevede quantomeno la conoscenza delle normative fiscali e burocratiche connesse con il commercio internazionale, per cui vi invito a documentarvi in tal senso con il vostro commercialista di fiducia dal momento che questo volume affronta la questione solo da un punto di vista tecnico. Potrà tornarvi utile anche la lettura di un testo specifico sugli adempimenti fiscali dell'e-commerce, oppure un manuale generico sulla creazione di siti per il commercio elettronico. Trovate dei titoli consigliati sulla pagina dedicata del sito abbinato a questo libro (wpaz.it/170). Gli aspetti tecnici di cui ci occuperemo invece in questo capitolo riguardano la configurazione di WooCommerce per la vendita all'estero, con un rapido sguardo aggiuntivo all'area dedicata nelle impostazioni e l'utilizzo dei due plugin indispensabili per gestire in maniera efficace la parte multilingue del negozio online.

Configurazione per la vendita internazionale

Nel settimo capitolo avete già familiarizzato con le schede della sezione Impostazioni di WooCommerce, ma è opportuno dare nuovamente un rapido sguardo alle sezioni specifiche per la gestione di vendite e spedizioni internazionali prima di entrare in vivo dell'installazione e configurazione dei plugin necessari alla gestione delle lingue del sito. Nella schermata principale delle impostazioni di WooCommerce, che corrisponde alla scheda Generale, come avete già potuto constatare è presente un menu identificato dalla voce Località di vendita (Figura 11.1), che permette due sole opzioni: Vendita in tutte le nazioni e Vendita solo in specifiche nazioni. La seconda scelta prevede, giustamente, la selezione delle nazioni da includere, che avviene cliccando nel campo a destra della voce sottostante, Nazioni specifiche, e digitando il nome della o delle nazioni da includere.

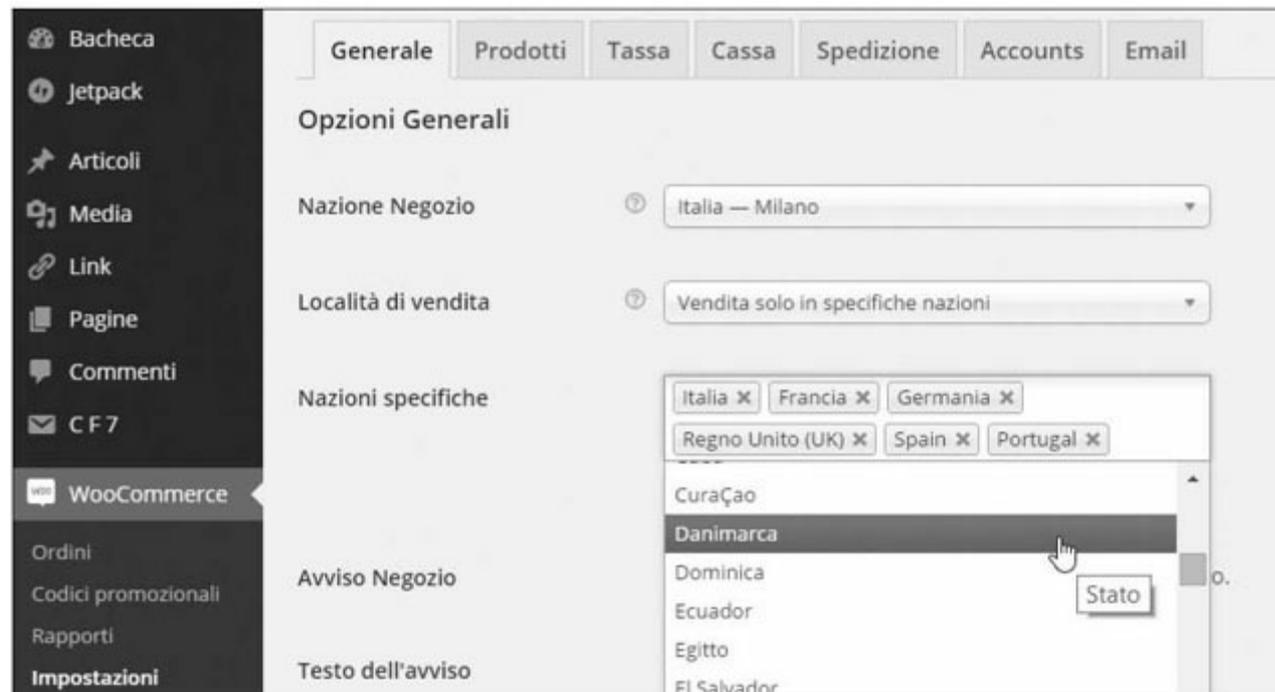


Figura 11.1 – La parte iniziale della scheda Generale nelle impostazioni di WooCommerce; si noti il menu per la scelta delle località di vendita e, al di sotto, il campo per la specifica delle nazioni da includere.

nota

In questa, come in altre (poche, per fortuna) aree di WooCommerce la traduzione in italiano risulta incompleta e può rendere meno immediato l'utilizzo. Alcune nazioni difatti risultano ancora nella loro denominazione anglosassone (Figura 11.1) e non compaiono, quindi, se si digita il loro nome in italiano come per le altre. La soluzione può essere di scorrere semplicemente l'elenco cliccando sulle nazioni da includere.

La seconda configurazione riguarda la scheda Spedizioni, che nella schermata principale (Figura 11.2), Opzioni Spedizioni, presenta nella parte finale il menu associato alla voce Restringi la spedizione alle località, in cui sono disponibili tre opzioni per spedire rispettivamente in tutte le nazioni incluse nella vendita, in tutte le nazioni in generale oppure solo in specifiche nazioni. Selezionando quest'ultima possibilità, ovviamente, dovrete anche in questo caso selezionare le nazioni da includere.

Se non ci sono motivi particolari per restringere le nazioni in cui spedire, è molto più semplice e immediato lasciare attiva l'opzione predefinita: Spedisci in tutte le nazioni dove vendi.

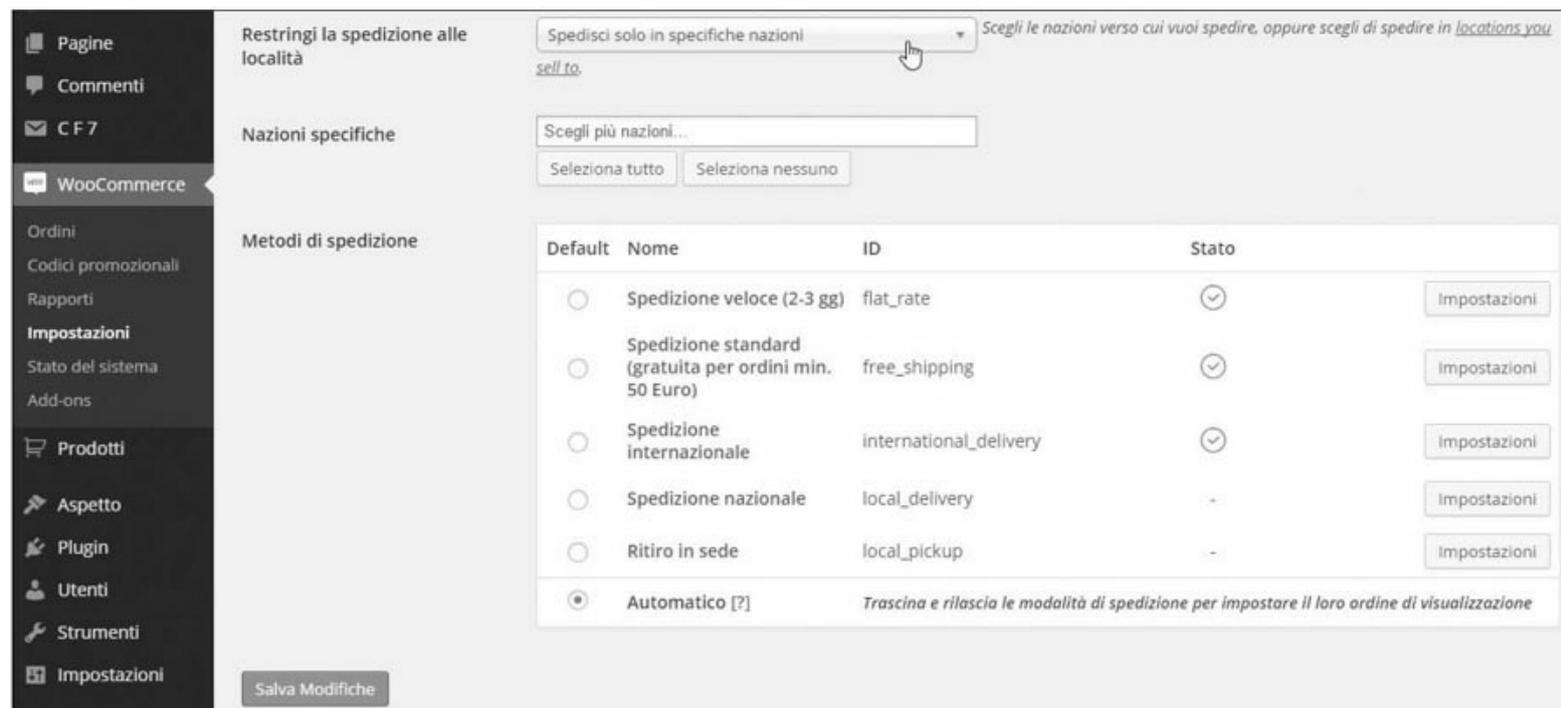


Figura 11.2 – La parte finale della scheda Opzioni Spedizioni con Spedisci solo in specifiche nazioni selezionata; si noti al di sotto il campo per la selezione delle nazioni abilitato in questo caso e, immediatamente dopo, il riquadro con il riepilogo dei metodi di spedizione e il pulsante Impostazioni per accedere a ognuna delle schede corrispondenti.

Immediatamente al di sotto, trovate il riquadro di riepilogo dei Metodi di spedizione, dove saranno identificati quelli attivi e sarà possibile, con il solito pulsante Impostazioni in corrispondenza di ognuna, accedere alle relative schede per modificarne le impostazioni individuali, come si farebbe usando i link presenti all'inizio della schermata.

L'ultima configurazione riguarda, nello specifico, la scheda Spedizione internazionale (Figura 11.3), dove sarà possibile ancora una volta definire eventuali restrizioni di destinazione, includendo o escludendo le nazioni specificate, la tassabilità dei costi di spedizione, la modalità di aggiunta del costo di spedizione (per ordine, oggetto o classe) e ovviamente i costi di spedizione, standard e minimo, e l'eventuale costo di imballaggio. Anche in questo caso sarà utile procedere con la simulazione di alcuni ordini internazionali, specificando destinazioni estere nell'indirizzo di spedizione del cliente, per testare le impostazioni utilizzate.

nota

Utilizzando PayPal per i pagamenti con carta di credito, si riesce a gestire automaticamente qualsiasi pagamento, anche da clienti esteri ed esterni all'eurozona, in quanto è lo stesso PayPal che si occupa della conversione di valuta. Inoltre, come abbiamo già visto, la transazione su PayPal è automaticamente protetta.

The screenshot shows the 'Spedizione internazionale' settings in WooCommerce. The left sidebar contains navigation menus for 'Bacheca', 'Jetpack', 'Articoli', 'Media', 'Link', 'Pagine', 'Commenti', 'CF7', 'WooCommerce', 'Ordini', 'Codici promozionali', 'Rapporti', 'Impostazioni', 'Stato del sistema', 'Add-ons', 'Prodotti', 'Aspetto', 'Plugin', 'Utenti', 'Strumenti', 'Impostazioni', and 'SEO'. The main content area has tabs for 'Generale', 'Prodotti', 'Tassa', 'Cassa', 'Spedizione', 'Accounts', and 'Email'. Under the 'Spedizione' tab, there are sub-tabs for 'Opzioni Spedizione', 'Tariffa unica', 'Spedizione gratuita', 'Spedizione internazionale' (selected), 'Spedizione nazionale', and 'Ritiro in sede'. The 'Spedizione internazionale' section is titled 'Spedizione internazionale basata su tariffa fissa.' and includes the following settings:

- Abilita/Disabilita:** Abilita questo metodo di spedizione
- Nome metodo:** Spedizione Internazionale
- Disponibilità:** Nazioni selezionate
- Nazioni:** Seleziona qualche nazione
- Stato Tasse:** Tassabile
- Costo aggiunto...:** Per ordine - imposta una tariffa per l'intero ordine
- Costo:** 5
- Costo imballaggio:** N/A
- Costo minimo:** N/A

A 'Salva Modifiche' button is located at the bottom of the settings area.

Figura 11.3 – La sezione *Spedizione internazionale* della scheda *Spedizione* di WooCommerce; si notino le diverse opzioni per definire tutti gli aspetti principali di questo tipo di spedizione.

Plugin multilingue per WordPress e WooCommerce

Come già sottolineato, un'impostazione multilingue professionale per WordPress e WooCommerce, indispensabile in un sito di e-commerce, si ottiene per mezzo di due plugin specifici. Sono state escluse le poche alternative esistenti in quanto, oltre a risultare non altrettanto affidabili e funzionali, erano anche scarsamente aggiornate e pertanto poco compatibili con le versioni più recenti di WordPress.

Il plugin principale per configurare un sito WordPress per il multilingue è WPML (wpaz.it/061), acronimo di *WordPress MultiLingual*. Si tratta di un plugin commerciale che, com'è accaduto a WooCommerce nel settore e-commerce, si è affermato come lo standard *de facto* per la gestione di più lingue in WordPress. Infatti, anche nel suo caso, i temi, soprattutto commerciali e professionali, ne dichiarano spesso la compatibilità diretta quando si tratta di evidenziare la possibilità di utilizzo in più lingue del tema stesso.

nota

La licenza di WPML è disponibile in tre versioni (Figura 11.4), di cui le prime due con scadenza e conseguente rinnovo annuale e dedicate rispettivamente all'utilizzo con blog e con sito vero e proprio, quindi con maggiori limitazioni e un prezzo inferiore nel primo caso. La terza licenza è invece a vita e offre ovviamente tutte le caratteristiche disponibili in quella annuale di fascia più alta. Naturalmente, nel caso di un sito e-commerce va scelta la seconda licenza oppure la terza, non quella più economica e limitata riservata ai soli blog.

Choose which version of WPML is right for you. You get unlimited sites, full support and our 30 days money-back guarantee.

		MOST POPULAR	BEST DEAL
	Multilingual Blog The economic solution for multilingual WordPress blogs	Multilingual CMS The complete solution for multilingual websites with WordPress	Multilingual CMS Lifetime Pay once, get everything
Compare WPML versions	\$29 (USD) – Buy Now	\$79 (USD) – Buy Now	\$195 (USD) – Buy Now
Translate posts, pages and custom types	✓	✓	✓
Translate tags, categories and custom taxonomy	✓	✓	✓
Translate WordPress menus	✓	✓	✓
Standard translation controls	✓	✓	✓
Browser language detection	✓	✓	✓
Translate custom fields		✓	✓
Multilingual E-Commerce Support		✓	✓
Translate widgets		✓	✓

Figura 11.4 – La schermata del sito di WPML con le tre licenze; le prime due annuali, la prima con prezzi e caratteristiche differenziate per l'uso con blog, la seconda per siti veri e propri, la terza licenza invece a vita e completa di tutte le caratteristiche della seconda.

Sebbene WPML sia già perfettamente in grado di gestire la funzione multilingue sui siti WordPress, il suo utilizzo in abbinamento a WooCommerce richiede la presenza di un ulteriore plugin, in questo caso gratuito, chiamato *WooCommerce Multilingual* (wpaz.it/171), che si appoggia a WPML integrando le funzionalità specifiche per il popolare plugin dedicato all'e-commerce.

Plugin Directory

Welcome, bonaventuradibello | My Favorites | Log Out

Extending WordPress

Plugins

- Newest
- Recently Updated
- Most Popular
- Highest Rated
- Developer Center

Themes

Mobile

Ideas

Kvetch!

Search Plugins

Popular

Tags [More >](#)

widget (4,851)

Post (3,015)



WooCommerce Multilingual - run WooCommerce with WPML

Allows running fully multilingual e-commerce sites using WooCommerce and WPML.

[Download Version 3.4.3](#)

♥ Favorited

[Description](#) [Installation](#) [FAQ](#) [Screenshots](#) [Changelog](#) [Stats](#) [Support](#) [Reviews](#) [Developers](#)

This 'glue' plugin makes it possible to run fully multilingual e-commerce sites using WooCommerce and WPML. It makes products and store pages translatable, lets visitors switch languages and order products in their language.

Requires: 3.0 or higher
Compatible up to: 4.0.1
Last Updated: 2014-12-8
Downloads: 153,230

Figura 11.5 – La pagina del plugin *WooCommerce Multilingual* sull'area dei plugin gratuiti di WordPress.org; si noti il chiarissimo riferimento all'uso con WPML e WooCommerce.

Nei prossimi due paragrafi sarà descritta l'installazione e la configurazione dei due plugin, con le indicazioni fondamentali per l'utilizzo con WooCommerce e WordPress.

Installazione e configurazione di WPML

Trattandosi di un plugin commerciale, WPML va prima di tutto acquistato, quindi scaricato sotto forma di file compresso (Figura 11.6) e infine caricato in WordPress come tale, usando l'apposita opzione che sarà spiegata fra breve.

In realtà, oltre al plugin principale, dopo l'acquisto si avrà accesso anche a una serie di altri plugin aggiuntivi, che rendono le operazioni di traduzione del sito ancora più radicali e precise, tuttavia, considerati gli obiettivi specifici del libro, nelle prossime pagine ci occuperemo solo dell'installazione, configurazione e utilizzo del plugin, *WPML Multilingual CMS* e degli altri plugin indispensabili per gestire la traduzione degli elementi principali del negozio online.

Una volta scaricato il file compresso del plugin, cliccate su *Plugin* → *Aggiungi nuovo* e, nella schermata di aggiunta dei plugin, utilizzate stavolta il pulsante *Carica plugin* visualizzato in alto a sinistra. Nella nuova schermata usate il pulsante *Se gli* file per individuare il file compresso del plugin (*sitepress-multilingual-cms-xxx.zip*, dove xxx sarà il numero della versione) nella posizione in cui lo avete salvato durante il download. Utilizzate a questo punto il pulsante *Installa* adesso per caricare e installare il plugin, cliccando infine sul solito link *Attiva plugin* per attivarlo.

Your downloads | All available downloads



WPML Multilingual CMS

WPML combines multilingual content authoring with powerful translation management.

[Download version 3.1.8.4](#)

[Full Description](#) [Changelog](#) [Added on December 1st, 2014](#) [Works on WordPress: 4.0.1](#)



WPML String Translation

WPML add-on: Allows translating texts in the theme, in other plugins and in the WordPress Admin.

[Download version 2.0.14](#)

[Full Description](#) [Changelog](#) [Added on December 1st, 2014](#) [Works on WordPress: 4.0.1](#)



WPML Translation Management

Figura 11.6 – La pagina di download cui si accede dopo l'acquisto della licenza; si noti il primo file scaricabile (la pagina ne contiene diversi) che è appunto quello principale, *WPML Multilingual CMS*, il quale sarà scaricato col nome

Plugin Aggiungi nuovo

WPML è un potente plugin dotato di molte funzioni. Desideri visionare una breve panoramica?

Sì No, grazie. Provvederò io alla configurazione [Elimina](#)

Plugin attivato.

Totale (16) | Attivi (13) | Inattivi (3)

Azioni di gruppo Ricerca plugin installati

16 elementi

<input type="checkbox"/>	Plugin	Descrizione
<input type="checkbox"/>	Akismet Attiva Modifica Cancella	Used by millions, Akismet is quite possibly the best way in the world to protect your blog from comment and trackback spam . It keeps your site protected from spam even while you sleep. To get started: 1) Click the "Activate" link to the left of this description. 2) Sign up for an Akismet API key, and 3) Go to your Akismet configuration page, and save your API key. Versione 3.0.4 Di Automattic Visualizza i dettagli
<input type="checkbox"/>	All In One SEO Pack Attiva Modifica Cancella	Out-of-the-box SEO for your WordPress blog. Options configuration panel Upgrade to Pro Version Donate Support Amazon Wishlist Versione 2.2.4.1 Di Michael Torbert Visualizza i dettagli
<input type="checkbox"/>	Broken Link Checker Disattiva Modifica Impostazioni	Controlla nei tuoi articoli la presenza di link rotti e di immagini mancanti notificandoti il tutto nella bacheca. Versione 1.10.4 Di Janis Elsts Visualizza i dettagli
<input type="checkbox"/>	CodeStyling Localization Disattiva Modifica	You can manage and edit all gettext translation files (*.po/*.mo) directly out of your WordPress Admin Center without any need of an external editor. It automatically detects the gettext ready components like WordPress itself or any Plugin / Theme supporting gettext, is able to scan the related source files and can assists you using Google Translate API or Microsoft Translator API during translation. This plugin supports WordPress MU and allows explicit WPMU Plugin translation too. It newly introduces ignore-case and regular expression search during translation. BuddyPress and bbPress as part of BuddyPress can be translated too. Produces

Figura 11.7 – Il messaggio d'avviso che compare subito dopo l'installazione di WPML e invita a visionare una panoramica di utilizzo del plugin; si noti in basso a sinistra la nuova voce WPML aggiunta ai menu di amministrazione di WordPress.

Appena installato e attivato WPML visualizzerà un avviso nella parte alta della schermata dei plugin (Figura 11.7) dove vi invita a visionare una breve panoramica del suo utilizzo, tuttavia la pagina che si raggiunge cliccando sul pulsante **Elimina** in inglese come tutta la documentazione sul sito ufficiale del plugin. Cliccando sul pulsante **Elimina** nel riquadro dell'avviso, oppure sulla nuova voce WPML aggiunta dal plugin alla barra laterale di amministrazione di WordPress, accederete alla prima schermata di configurazione (Figura 11.8).

Installa WPML

Prima di iniziare ad utilizzare WPML è necessario configurarlo

1. Lingua per i contenuti esistenti 2. Seleziona lingue 3. Aggiungi un selettore di lingua 4. Register

Lingua del contenuto corrente

Prima di aggiungere altre lingue, seleziona la lingua in cui sono redatti i contenuti esistenti:

Italiano

Figura 11.8 – La prima schermata di configurazione di WPML, cui si accede cliccando, dopo l'installazione e l'attivazione, sulla nuova voce WPML aggiunta ai menu di amministrazione WordPress oppure sul pulsante **Elimina** nell'avviso che il plugin visualizza nella parte alta dello schermo dopo l'attivazione.

In questa prima fase dovrete semplicemente selezionare la lingua del contenuto attualmente presente sul sito, che generalmente è l'italiano e di conseguenza il menu sarà già preimpostato su tale lingua e vi basterà cliccare sul pulsante **Avanti** per proseguire alla schermata successiva.

La seconda fase prevede, invece, la selezione di tutte le altre lingue di cui intendete avvalervi sul sito, con quelle più utilizzate sui siti multilingua italiani visualizzate nella parte alta dell'elenco. Cliccate semplicemente sulle caselle di spunta di ogni lingua che intendete aggiungere e proseguite infine cliccando nuovamente su **Avanti**.

Nella terza schermata, che sarà in seguito quella principale di configurazione, potrete impostare tutte le modalità di selezione della lingua che dovranno comparire sul sito. La prima riguarda il widget aggiunto da WPML a quelli già presenti in WordPress, per il quale potrete scegliere subito l'area widget da utilizzare fra quelle disponibili nel tema in uso (Figura 11.9). La seconda opzione attiva invece il selettore di lingua nel menu di navigazione del sito, con la possibilità di scegliere fra i menu disponibili nel tema con l'opzione **Mostra selettore di lingua nel menu WP**.



Figura 11.9 – La parte iniziale della schermata di impostazioni generale di WPML, la terza della fase di configurazione iniziale, dove sarà possibile impostare le diverse modalità di selezione della lingua sul sito. Segue l'ordinamento delle lingue nella selezione, che potrete impostare semplicemente trascinando gli elementi delle lingue scelte inizialmente, e subito dopo lo stile del selettore, che potrà essere impostato come menu a tendina oppure elenco delle lingue, con opzioni addizionali per l'una e l'altra modalità. Nella sezione Cosa includere nel selettore di lingua (Figura 11.10) potrete scegliere se il selettore dovrà contenere anche la bandiera corrispondente a ogni lingua e se quest'ultima sarà visualizzata nella sua traduzione originale oltre che nella lingua correntemente visualizzata. Cliccando sulle diverse opzioni potrete vedere il risultato nell'anteprima visualizzata in basso a destra e avere un'idea chiara dell'effetto di ogni opzione. Il riquadro successivo vi permetterà di decidere come dovranno essere gestiti i contenuti per i quali non è disponibile una traduzione e potrete decidere se nelle pagine corrispondenti dovrà essere tralasciata la lingua oppure se dovrà invece esserci un link alla pagina della lingua originale.

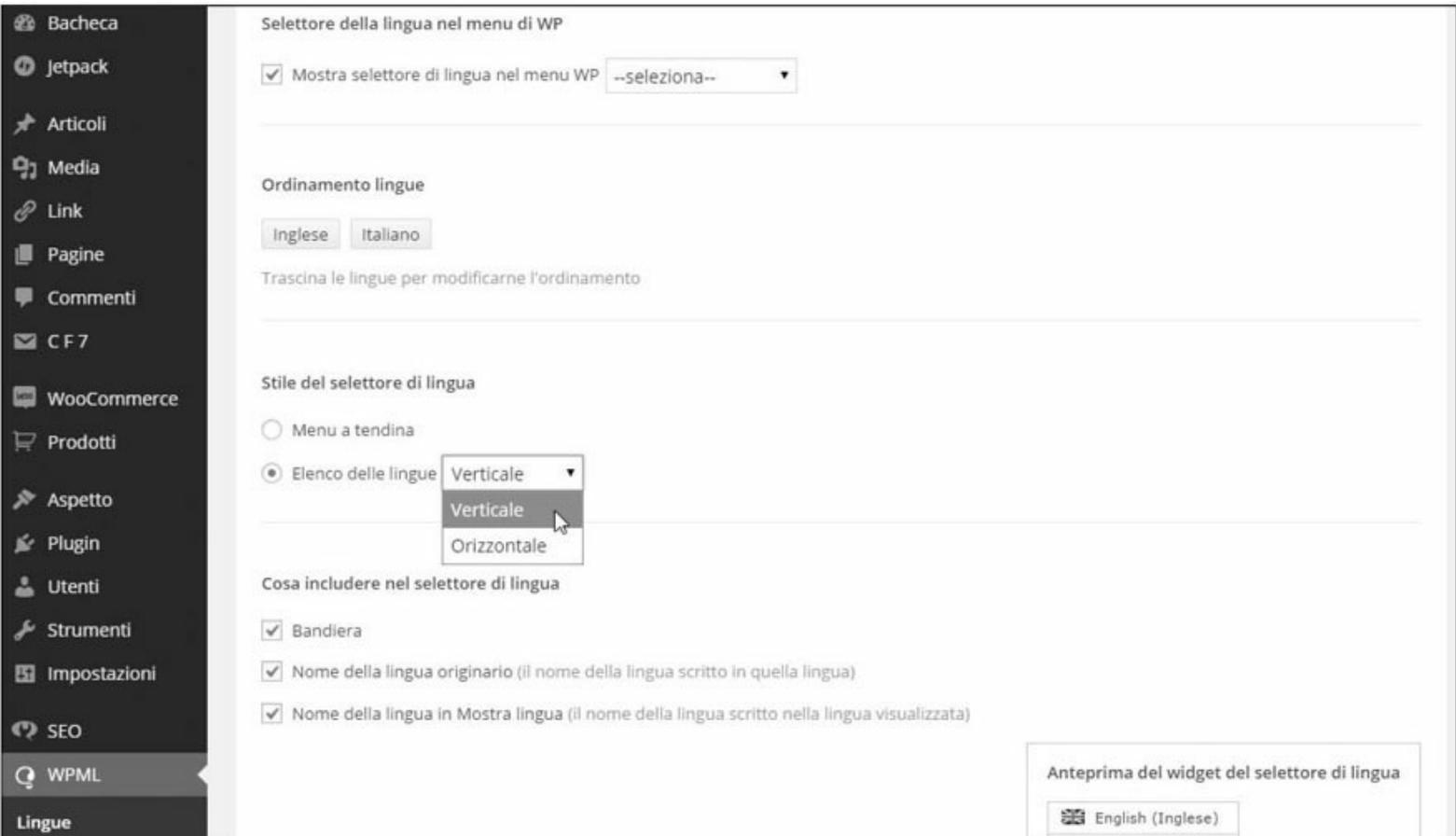


Figura 11.10 – La parte centrale della schermata di configurazione principale di WPML; si noti la seconda opzione selezionata nella sezione *Stile del selettore di lingua* e le corrispondenti opzioni rese disponibili dopo la selezione, e in basso a destra l'anteprima del selettore.

nota

L'opzione *Preserva i parametri dell'URL* è opzionale ed è importante solo nei casi in cui l'indirizzo non è gestito da un permalink definito, quindi avendo già inizialmente configurato questi ultimi nel modo consigliato nella sezione *Impostazioni* → *Permalink* di WordPress potete tralasciare tale opzione.

Nella parte finale della schermata (Figura 11.11) potrete scegliere se visualizzare anche il selettore di lingua nel piè di pagina del sito e usare i due link *Modifica i colori...* per aprire una sezione dove potrete impostare sia i colori di quest'ultimo sia quelli del selettore principale.

Per finire, avete la possibilità di attivare l'opzione che mostra la disponibilità di una traduzione per il contenuto visualizzato dall'utente, scegliendo se il corrispondente messaggio e link dovranno essere visualizzati prima o dopo il contenuto stesso.

Un riquadro per eventuali modifiche al foglio stile CSS, riservate ai più esperti, è visualizzato come ultimo elemento della schermata di configurazione.

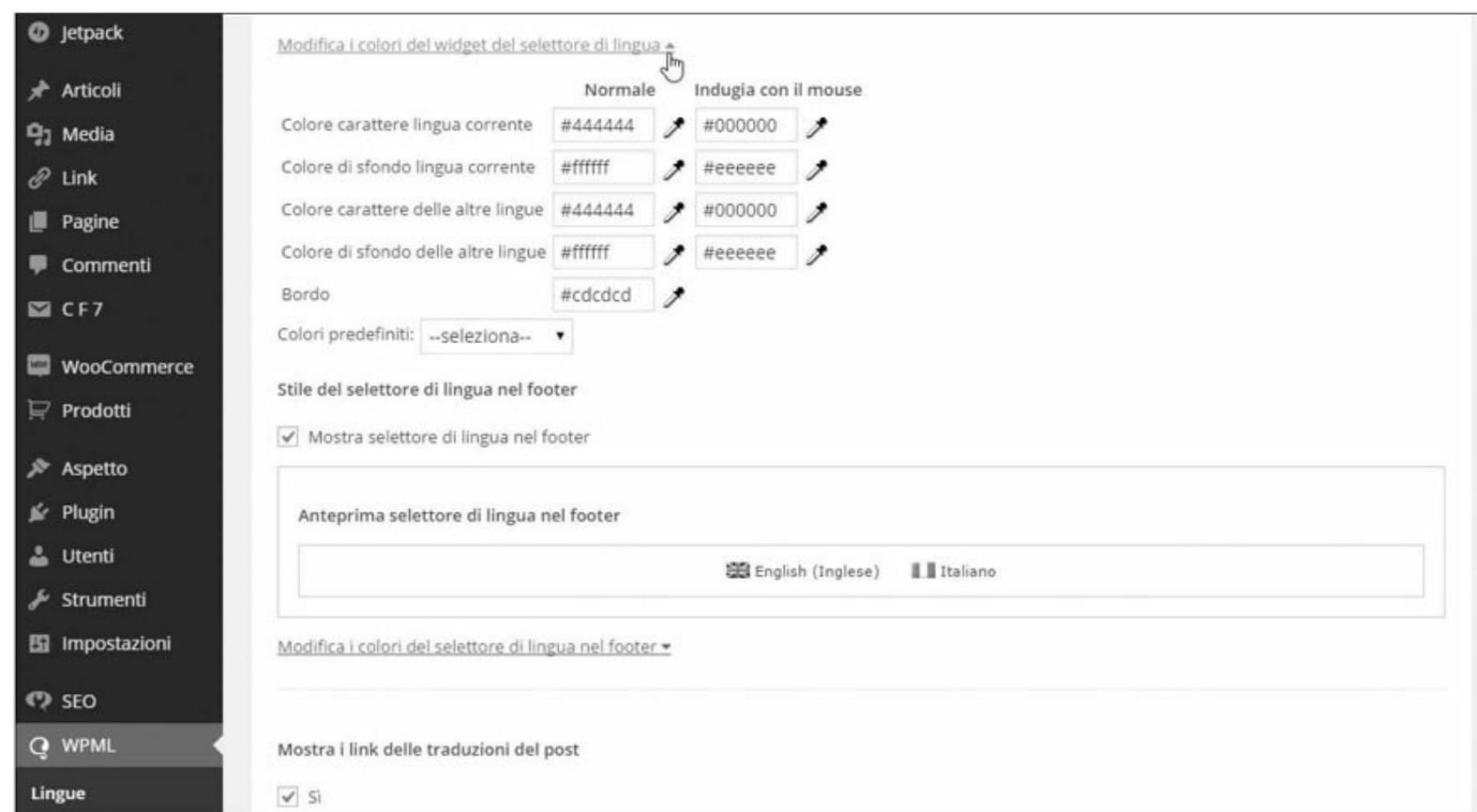


Figura 11.11 – La parte finale della schermata di impostazioni generali per il selettore di lingua di WPML; si noti la sezione per la modifica dei colori aperta cliccando sul relativo link e in basso il selettore per il piè di pagina attivato e il corrispondente link per modificarne i colori.

Conclusa questa sequenza di impostazioni progressive vi ritroverete di fronte alla schermata della registrazione, dove dovrete inserire il codice specifico per il sito, che otterrete accedendo al vostro account utente sul sito di WPML attraverso il pulsante **Generate a key for this site**. Una volta ottenuto il codice, incollatelo nel campo **Site key** e cliccate sul pulsante **Register** per confermare. A questo punto sarà visualizzato il pulsante **Termina**, cliccando sul quale concluderete la fase di configurazione iniziale e sbloccherete tutte le altre opzioni del plugin rendendole accessibili (Figura 11.12).

Fra le nuove opzioni rese disponibili noterete subito quella denominata **Formato degli URL per le lingue** (Figura 11.12), attraverso la quale potrete decidere se utilizzare un suffisso a fine URL (per es. *indirizzodelsito/eng*), un dominio diverso per ogni lingua (es. *eng.indirizzodelsito*) oppure la visualizzazione della lingua come parametro a fine URL (es. *indirizzodelsito?lang=eng*). Starà a voi decidere quale preferite, personalmente utilizzo sempre la prima opzione per una migliore predisposizione degli URL nell'indicizzazione dei motori di ricerca.

Scorrendo la nuova schermata di configurazione noterete diverse altre nuove opzioni, tutte abbastanza intuitive, ma potete a questo punto anche tralasciarle temporaneamente e passare subito a scoprire come funziona la traduzione dei contenuti di WordPress con WPML, ma prima di farlo sarà utile installare anche il plugin gratuito aggiuntivo che integra la traduzione specifica per WooCommerce.

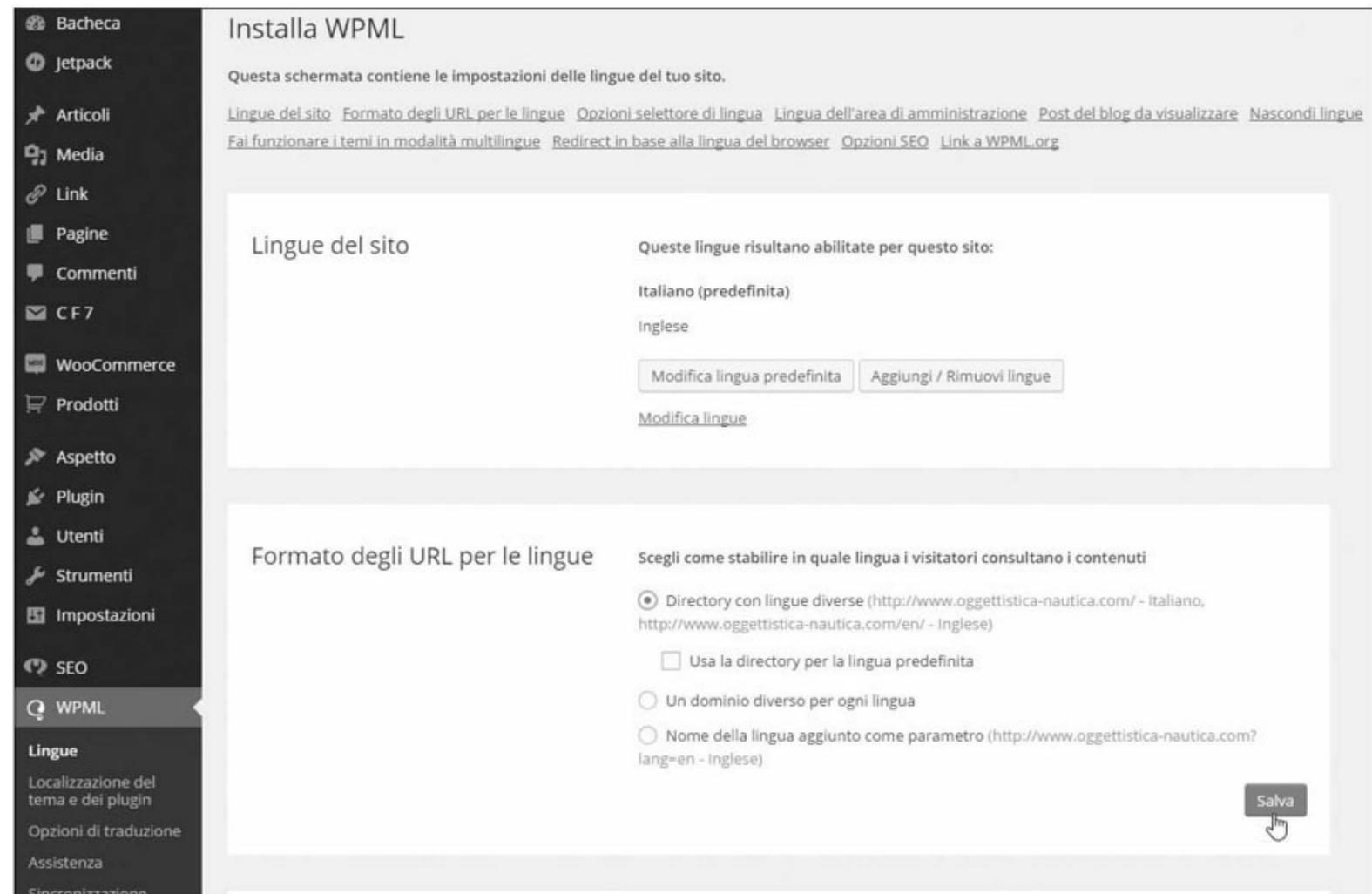


Figura 11.12 – La nuova schermata visualizzata dopo la registrazione; si notino tutte le opzioni disponibili e accessibili tramite gli appositi link, e in particolare l'opzione per l'impostazione del formato dell'URL da utilizzare per le diverse lingue.

Installazione di WooCommerce Multilingual

Essendo *WooCommerce Multilingual* (wpaz.it/171) un plugin gratuito incluso fra quelli ufficiali di WordPress, potete installarlo come al solito con la ricerca della schermata *Aggiungi plugin* e la conseguente installazione e attivazione già vista negli altri casi descritti in precedenza (Figura 11.13).

Una volta installato e attivato, *WooCommerce Multilingual* segnalerà, con un messaggio nella parte alta dello schermo, la necessità di installare e attivare anche i plugin aggiuntivi *WPML Translation Management*, *WPML String Translation* e *WPML Media*, che sono inclusi fra quelli resi disponibili dalla licenza di WPML per i siti Web. Procedete quindi con il download e l'installazione di tutti e tre i plugin come avete fatto con quello principale dal sito di WPML e attivateli.

Una volta completata anche quest'ultima fase, potrete finalmente accedere ai contenuti, compresi quelli di *WooCommerce*, per gestirne la traduzione.

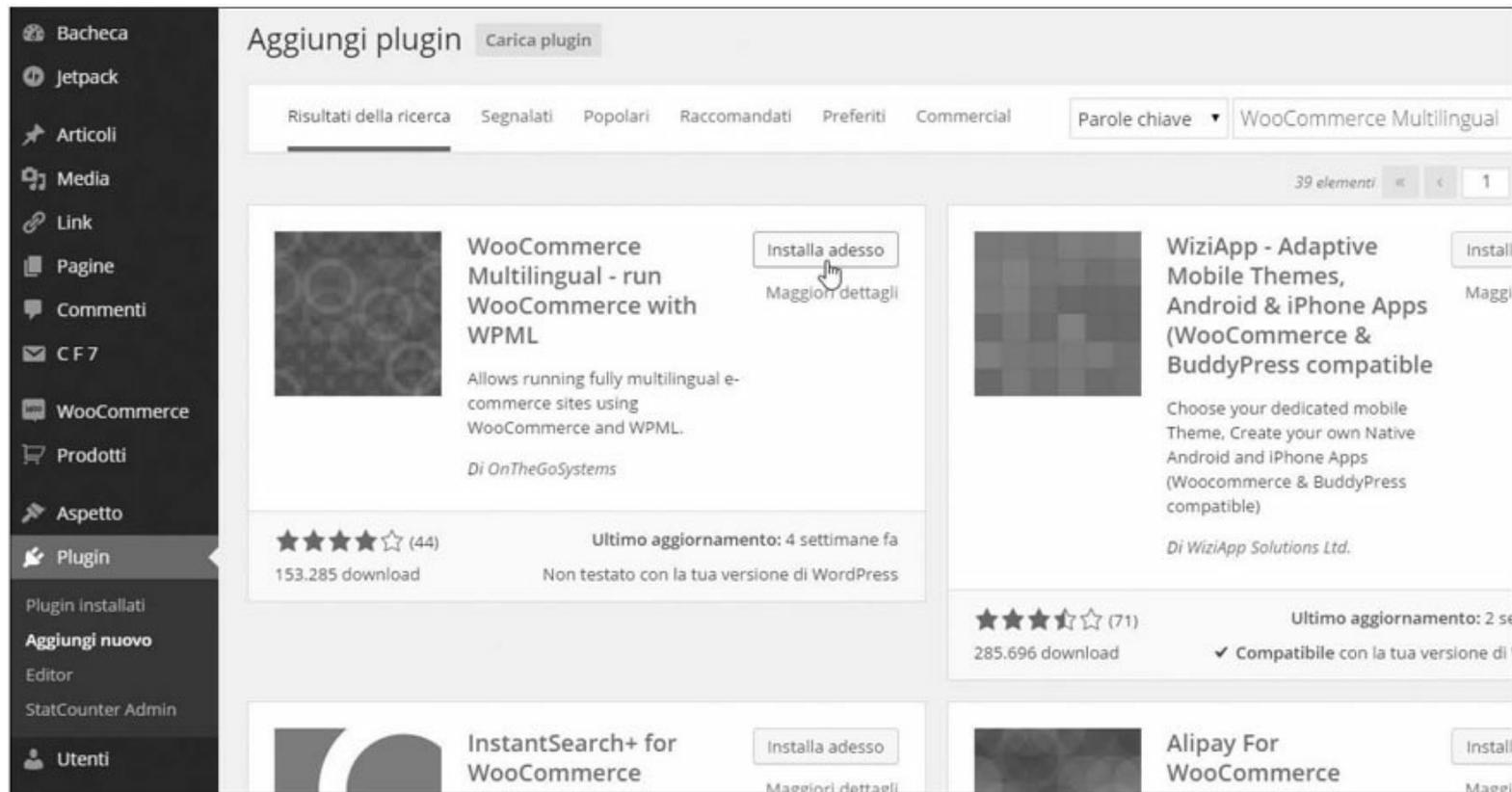


Figura 11.13 – La scheda di *WooCommerce Multilingual* che compare per prima a seguito della ricerca nella schermata *Aggiungi plugin*.

nota

WPML Media permette di gestire le immagini e altri media della libreria di WordPress in modalità multilingue, per esempio assegnando didascalie tradotte alle immagini quando sono visualizzate nelle diverse lingue. Dopo l'installazione e l'attivazione, visualizzerà un avviso e un pulsante (*Set media languages*) nella parte alta dello schermo, invitandovi a proseguire con le impostazioni, che si limitano comunque ad avviare il processo di duplicazione dei media per consentirne la gestione separata nelle diverse lingue. Affronteremo questo aspetto alla fine del capitolo.

Traduzione delle pagine di WooCommerce e dei prodotti

Visualizzando l'elenco delle pagine o degli articoli, noterete una nuova colonna contrassegnata dalla bandiera della lingua aggiunta in precedenza (Figura 11.14), per esempio l'inglese. In corrispondenza di tale colonna, e di fianco a ogni elemento dell'elenco, sarà visibile un segno "+" cliccando sul quale accederete direttamente alla creazione del nuovo contenuto da tradurre nella lingua corrispondente.

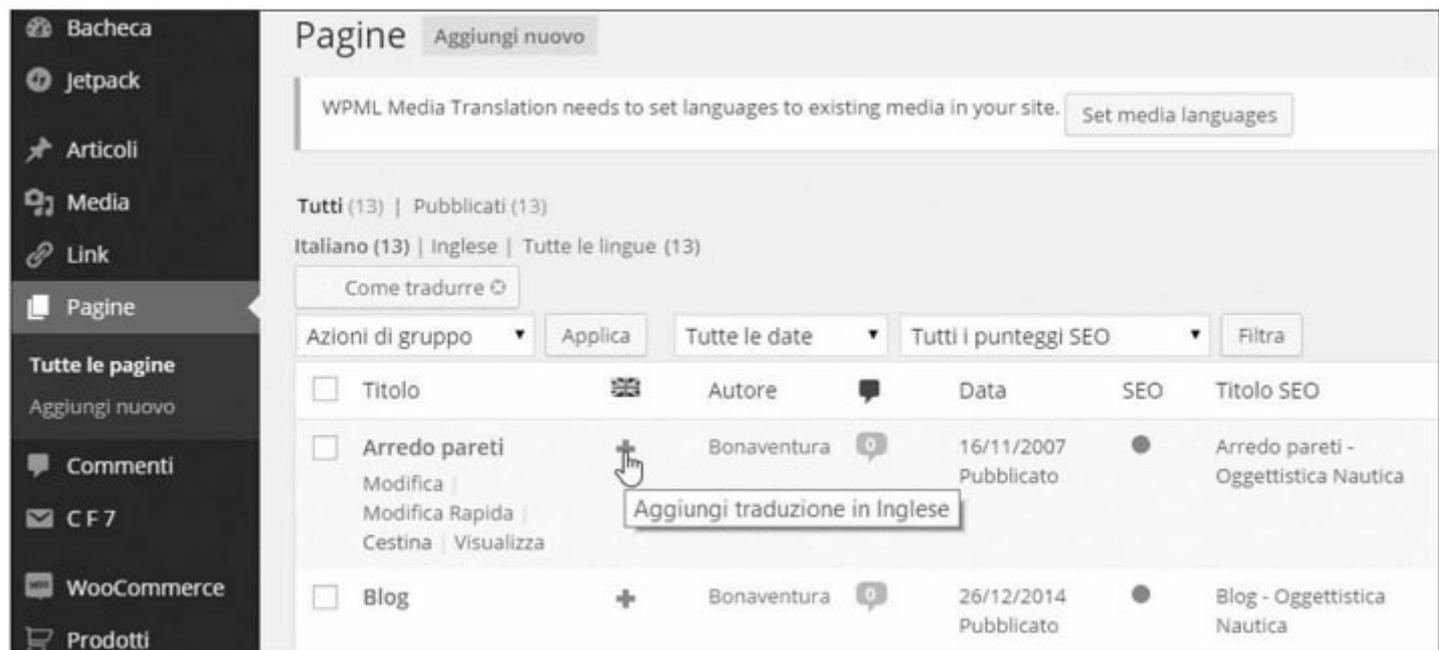


Figura 11.14 – L'elenco delle pagine del sito dopo l'installazione e attivazione di WPML; si noti la bandiera della lingua inglese nella seconda colonna e i pulsanti corrispondenti con il segno "+" che permettono di aggiungere la traduzione partendo direttamente da questa schermata.

La traduzione delle pagine di *WooCommerce*, essendo esse basate su shortcode, è abbastanza immediata. Cliccate su *WPML* → *WooCommerce Multilingual* per accedere alla schermata di configurazione aggiunta dal plugin a WPML (Figura 11.15) e individuate la sezione denominata *Pagine* del negozio *WooCommerce*, dove troverete l'avviso riguardante l'assenza di una traduzione per le pagine standard del negozio. Cliccate quindi sul pulsante *Crea traduzioni mancanti* per generare automaticamente le pagine nella o nelle lingue aggiuntive impostate in precedenza.

Il prossimo passo consiste nel tradurre le categorie, i tag e gli attributi dei prodotti, prima di tradurre i prodotti stessi. Osservando la schermata (Figura 11.15) di configurazione, noterete, infatti, che ci sono ancora diversi avvisi concernenti gli elementi ancora da creare o configurare, tanto nelle schede in alto quando nell'elenco delle sezioni della scheda attiva. In particolare, nella sezione *Avvisi* di configurazione noterete un messaggio molto importante relativo ai permalinks e cliccando sul link *String Translation* nel messaggio sarete condotti proprio alla schermata di questa impostazione associata al plugin aggiuntivo omonimo di WPML.

Cliccate sul link *traduzioni* presente nella riga dove viene visualizzata la stringa *negozio/%product_cat%* (Figura 11.16) e nella schermata successiva metteteci semplicemente la spunta sull'opzione *La traduzione è stata completata* e cliccate sul pulsante *Salva* per confermare.

A questo punto potete tornare alle impostazioni precedenti cliccando nuovamente su *WPML* → *WooCommerce Multilingual* e utilizzare le schede dove è evidenziata la necessità di intervento (dal simbolo del pericolo generico) oppure i link nella sezione *Traduzioni mancanti* delle tassonomie (Figura 11.17) per creare le traduzioni di tutti gli elementi ancora mancanti nella gestione dei prodotti.

WooCommerce Multilingual

WPML Media Translation needs to set languages to existing media in your site. [Set media languages](#)

Impostazioni generali | Prodotti | Classi Spedizione ⚠ | Categorie prodotto ⚠ | Tag prodotto | cucina e tavola ⚠ | colore cinturino ⚠

Stato dei plugin

- ✓ Il plugin WPML risulta installato e attivo.
- ✓ WPML is set up.
- ✓ Il plugin WPML Media risulta installato e attivo.
- ✓ Il plugin WPML Translation Management risulta installato e attivo.
- ✓ Il plugin WPML String Translation risulta installato e attivo.
- ✓ Il plugin WooCommerce risulta installato e attivo.

Avvisi di configurazione

⚠ Your product permalink base is not translated in Italiano. The urls for the translated products will not work. Go to the [String Translation](#) to translate.

Your site's default language is not English. There are some settings that require careful attention.

Please review the [guide for running WooCommerce multilingual with default language other than English](#).

[Elimina](#)

Pagine del negozio WooCommerce

⚠ Le pagine del negozio WooCommerce non sono presenti in questa lingua:

Inglese [Crea traduzioni mancanti.](#) [Nascondi questo messaggio](#)

Figura 11.15 – La schermata principale delle impostazioni di WooCommerce Multilingual, accessibili dalla voce omonima aggiunta dal plugin al menu WPML dopo l’installazione e attivazione; si noti la sezione relativa alla traduzione automatica delle pagine di WooCommerce e tutti gli avvisi di elementi ancora da creare o configurare.

Traduzione stringhe

WPML Media Translation needs to set languages to existing media in your site. [Set media languages](#) [Dismiss](#)

Because your default language is not English, you need to enter all strings in English and translate them to and Italiano. [Read more](#) [Dismiss](#)

Seleziona quali stringhe visualizzare: Tutte le stringhe | Seleziona le stringhe nel contesto: WordPress (2)

Cerca: Corrispondenza esatta [Ricerca](#) [Mostrare solo le stringhe che contengono negoziario/%product_cat%](#) [Esci dalla ricerca](#)

<input type="checkbox"/>	Contesto	Nome	Visualizza	Stringa	Stato
<input type="checkbox"/>	WordPress	Url slug: negoziario/%product_cat%		negoziario/%product_cat%	Not translated
<input type="checkbox"/>	Contesto	Nome	Visualizza	Stringa	Stato

[Elimina le stringhe selezionate](#)

Figura 11.16 – La schermata della Traduzione stringhe con la stringa dei permalinks da tradurre visualizzata e il link traduzioni su cui cliccare per confermare la traduzione nella schermata successiva.

- Impostazioni
- SEO
- WPML
- Lingue
- Gestione traduzioni
- Localizzazione del tema e del plugin
- Assistenza
- Traduzione file multimediali
- WooCommerce Multilingual**
- Sincronizzazione menu WP
- Traduzione stringhe
- Traduzioni
- Traduzione della tassonomia

Pagine del negozio WooCommerce

✓ Le pagine del negozio WooCommerce risultano tradotte in tutte le lingue del sito.

Traduzioni mancanti delle tassonomie

- ⚠ Alcuni oggetti (Categorie prodotto) sono privi di traduzione (11 traduzioni mancanti). [Traduci ora](#) | [Ignora](#)
- ⚠ Alcuni oggetti (Classi Spedizione) sono privi di traduzione (1 traduzioni mancanti). [Traduci ora](#) | [Ignora](#)
- ⚠ Alcuni oggetti (cucina e tavola) sono privi di traduzione (3 traduzioni mancanti). [Traduci ora](#) | [Ignora](#)
- ⚠ Alcuni oggetti (colore cinturino) sono privi di traduzione (2 traduzioni mancanti). [Traduci ora](#) | [Ignora](#)

Interfaccia di traduzione prodotti

Scegli cosa fare quando fai clic sui comandi di traduzione dei prodotti:

- Vai nella tabella di traduzione dei prodotti disponibile in WooCommerce Multilingual
- Vai nella schermata WooCommerce nativa di modifica dei prodotti

Figura 11.17 – La sezione *Traduzioni mancanti delle tassonomie* dove sono elencate le categorie, i tag e gli altri elementi di classificazione dei prodotti ancora privi di traduzione; si notino i link *Traduci ora* con cui procedere per creare le rispettive traduzioni e correggere l'errore.

Cliccando sul link *Traduci ora* di fianco a ognuno degli elementi elencati potete procedere traducendo tutti gli elementi di classificazione e correggere così l'errore. Nelle schermate raggiunte cliccando nuovamente su *Traduci ora* (Figura 11.18) troverete un elenco degli elementi da tradurre con il link *translate*, cliccando sul quale farete comparire un pannello con tre campi in cui inserire i dati di traduzione. È fondamentale inserire la traduzione nel campo *Name*, mentre possono essere lasciati vuoti i due campi *Slug* e *Description*, a meno di non voler personalizzare il permalink del primo e aggiungere una descrizione nel secondo.

Procedete allo stesso modo per tutti gli altri elementi elencati che richiedono una traduzione, fino a eliminare tutte le segnalazioni di errore. Sarete così pronti per tradurre i prodotti stessi. Tornate sulla *Bacheca* cliccando sulla voce omonima nella barra laterale di amministrazione di WordPress e assicuratevi di avere la lingua italiana impostata nel menu presente nella barra di amministrazione orizzontale in alto, dopodiché cliccate nuovamente su *WPML* → *WooCommerce Multilingual* per accedere alla schermata di configurazione. Cliccate ora sulla scheda *Prodotti* (Figura 11.19) e procedete traducendo tutti i prodotti nella nuova lingua, per esempio l'inglese, cliccando sul link *Modifica* la traduzione alla loro destra e di seguito sui pulsanti con lo stesso nome all'interno della scheda che compare (Figura 11.20). Ricordate di confermare di volta in volta le traduzioni cliccando sul pulsante *Salva* a sinistra.

The screenshot shows the 'WooCommerce Multilingual' configuration page. At the top, there's a notification: 'WPML Media Translation needs to set languages to existing media in your site.' Below this, there are tabs for different taxonomies: 'Impostazioni generali', 'Prodotti', 'Classi Spedizione', 'Categorie prodotto', 'Tag prodotto', 'cucina e tavola', and 'colore cinturino'. The 'Categorie prodotto' tab is active. The main content area shows a table with two columns: 'Italiano' and 'Inglese'. The table lists categories like 'Test categoria', 'download', '— mappe', 'orologi', '— orologi da polso', 'servizi', '— consulenze', 'soprammobili', '— marinai porta bottiglia', and 'utensili cucina e tavola'. A 'translate' link is visible next to the 'orologi da polso' category. A modal window is open over the 'translate' link, titled 'Translate orologi da polso to Inglese'. It contains three input fields: 'Name' (with 'watches' entered), 'Slug', and 'Description'. There are 'cancel' and 'Ok' buttons at the bottom of the modal.

Figura 11.18 – L'elenco delle categorie e sotto-categorie dei prodotti; si noti il link *translate* a fianco delle categorie non ancora tradotte e la finestra che compare cliccandovi sopra, con i tre campi per la traduzione.

- Bacheca
- Jetpack
- Articoli
- Media
- Link
- Pagine
- Commenti
- CF7
- WooCommerce
- Prodotti
- Aspetto
- Plugin
- Utenti
- Strumenti
- Impostazioni

WooCommerce Multilingual

WPML Media Translation needs to set languages to existing media in your site. [Set media languages](#) Dismiss

Impostazioni generali | **Prodotti** | Classi Spedizione | Categorie prodotto | Tag prodotto | cucina e tavola | colore cinturino

Prodotti WooCommerce

Qualsiasi categoria ▼ | Tutti i prodotti ▼ | Tutti gli stati ▼ | Tutte le lingue ▼ |
7 prodotti

Tipo	Prodotto	🇬🇧
	Marinaio portabottiglia ubriaco	Modifica la traduzione
	Orologio Rosa dei Venti Marina Militare	Modifica la traduzione
	Set cavatappi+apribottiglie stile marinaro	Modifica la traduzione
	— Cavatappi a forma di pesce	Modifica la traduzione
	— Stappa bottiglie ancora	Modifica la traduzione

Figura 11.19 – L'elenco dei prodotti nella scheda delle impostazioni di WooCommerce Multilingual; si notino i link *Modifica la traduzione* a destra di ogni prodotto, su cui cliccare per far comparire il riquadro con i pulsanti di traduzione dei vari contenuti, e le informazioni delle immagini che compaiono nel riquadro stesso cliccando sul pulsante Espandi.

nota

Il testo associato alle immagini di ogni prodotto non può essere tradotto in questa fase. La traduzione delle immagini, come abbiamo già visto, va eseguita usando l'opzione *Traduzione file multimediali* aggiunta al menu di WPML dopo l'installazione dei plugin supplementari e di WooCommerce Multilingual.

Come di consueto verificate il risultato delle operazioni eseguite dal frontend del sito, per esempio visualizzando i singoli prodotti (Figura 11.20) e controllando la traduzione sia della descrizione sia delle tassonomie (categorie e sottocategorie, tag), senza dimenticare di controllare la versione tradotta delle pagine di WooCommerce.

Impostazioni generali | **Prodotti** | Classi Spedizione | Categorie prodotto | Tag prodotto | cucina e tavola | colore cinturino

Prodotti WooCommerce

Qualsiasi categoria ▼ | Tutti i prodotti ▼ | Tutti gli stati ▼ | Tutte le lingue ▼ |
7 prodotti

Tipo	Prodotto	🇬🇧
	Marinaio portabottiglia ubriaco	Chiudi

Lingua	Titolo	Contenuto	Riassunto	Immagini	Purch...
Italiano <input checked="" type="checkbox"/>	Marinaio	<input type="button" value="Mostra contenuto"/>	<input type="button" value="Mostra contenuto"/>	<input type="button" value="Comprimi"/> ▲	<input type="button" value="Espandi"/>
Inglese	Drunken sailor bottle holder	<input type="button" value="Modifica la traduzione"/> ⚠ Traduzione assente	<input type="button" value="Modifica la traduzione"/> ⚠ Traduzione assente	 Titolo: <input type="text" value="marinaio-porta-bottiglia"/> Didascalia: <input type="text"/> Descrizione: <input type="text"/>	<input type="button" value="Inseri"/>

	Orologio Rosa dei Venti Marina Militare	Modifica la traduzione
	Set cavatappi+apribottiglie stile	Modifica la traduzione

Figura 11.20 – La scheda di un singolo prodotto tradotta in inglese; si notino alcuni elementi non ancora tradotti che andranno gestiti separatamente e individualmente.

Traduzione delle pagine e degli articoli

È arrivato ora il momento di tradurre le altre pagine ed eventuali articoli presenti nel sito. Visualizzate l'elenco delle pagine o degli articoli cliccando sul corrispondente menu nella barra sinistra dell'area di amministrazione e individuate quelle che presentano il segno "+" di fianco al nome, cliccando su quest'ultimo per accedere direttamente alla versione del contenuto nella nuova lingua (Figura 11.21). Potrete così inserire il titolo e il testo, copiando eventualmente quest'ultimo (per usarlo come riferimento) dalla versione originale con il pulsante *Copia contenuto* da Italiano visualizzato nel pannello *Lingua* a destra. Cliccando su *Pubblica* confermerete il nuovo contenuto pubblicando la pagina tradotta, che sarà quindi resa disponibile sul sito quando quest'ultimo viene visualizzato nella nuova lingua.

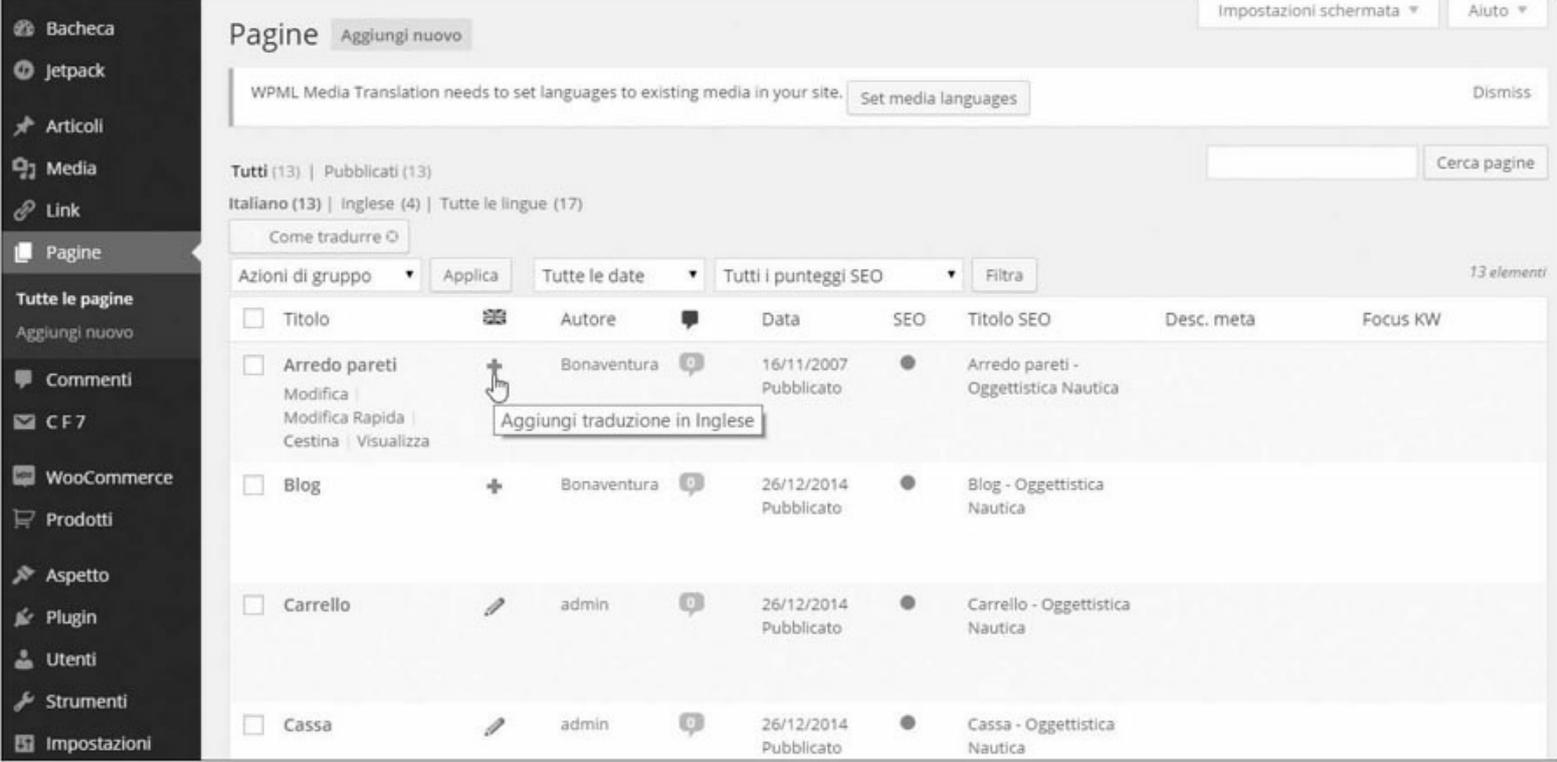


Figura 11.21 – L'elenco delle pagine con il segno "+" presente di fianco a quelle non ancora tradotte; si noti il simbolo della matita che indica la possibilità di modificare invece quelle già tradotte.

Procedete allo stesso modo sia con le pagine sia con gli articoli, fino a completare le traduzioni dei contenuti che ritenete debbano essere disponibili anche nella lingua o nelle lingue aggiuntive, ricordando che potete usare in qualsiasi momento i link e i menu di filtro della lingua per visualizzare le pagine tradotte o ancora da tradurre. Per passare da una lingua all'altra nella schermata di creazione e modifica dei contenuti durante la loro traduzione, potete cliccare sul link mostrato a destra della parola *Traduzioni* nel pannello *Lingua* e selezionare la lingua desiderata.

Per quanto riguarda la pagina dei contatti, potete duplicare il modulo in italiano creato con *Contact Form 7* (oppure qualsiasi altro plugin abbiate usato) e tradurlo in inglese, utilizzando poi il suo shortcode nella pagina della nuova lingua.

nota

Se nel testo tradotto sono presenti dei link a pagine interne, ricordate di modificarli in modo che puntino ai contenuti tradotti, soprattutto se avete usato la funzione di copia del contenuto dalla lingua originale prima di modificare il testo. Ricordate, inoltre, di aggiornare sempre le traduzioni modificate successivamente, usando il simbolo circolare che viene visualizzato nell'elenco di pagine e articoli per segnalare appunto ciò che va aggiornato.

Traduzione dei menu e dei media

Se avete già verificato la traduzione delle pagine del sito e delle schede prodotto, vi sarete sicuramente accorti che ci sono due elementi ancora da sistemare: i menu e le immagini.

Per tradurre i menu accedete come sempre alla schermata di configurazione cliccando su *Aspetto* → *Menu* (Figura 11.22) e utilizzando poi il link *Sincronizza i menu tra le lingue* visualizzato in alto a destra nel riquadro del menu per accedere alla schermata successiva (Figura 11.23), che corrisponde a quella raggiungibile cliccando sulla voce *Sincronizzazione menu WP* presente nel menu di WPML.

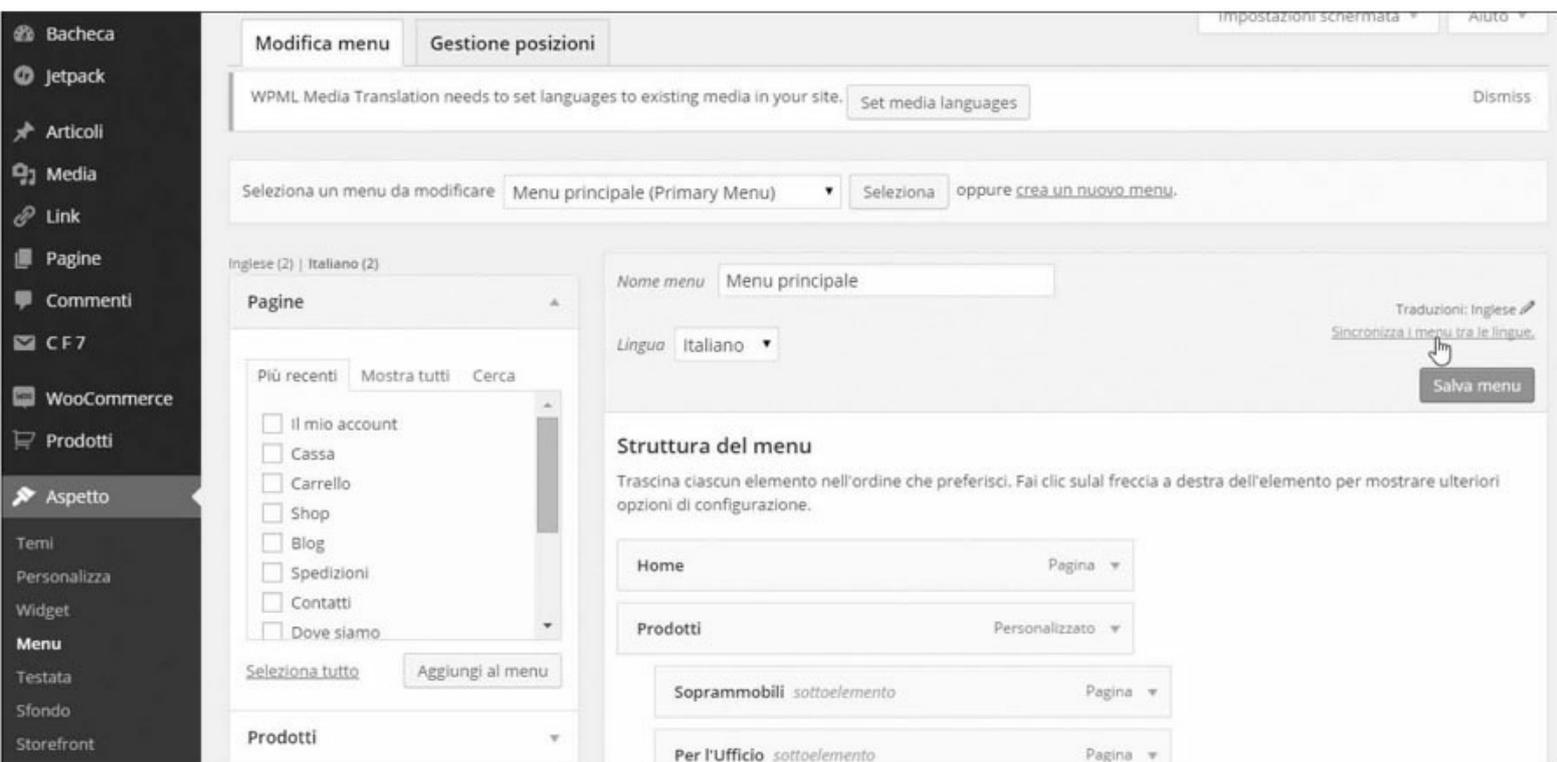


Figura 11.22 – La schermata di configurazione di menu; si notino i nuovi link in alto a destra nel riquadro principale.

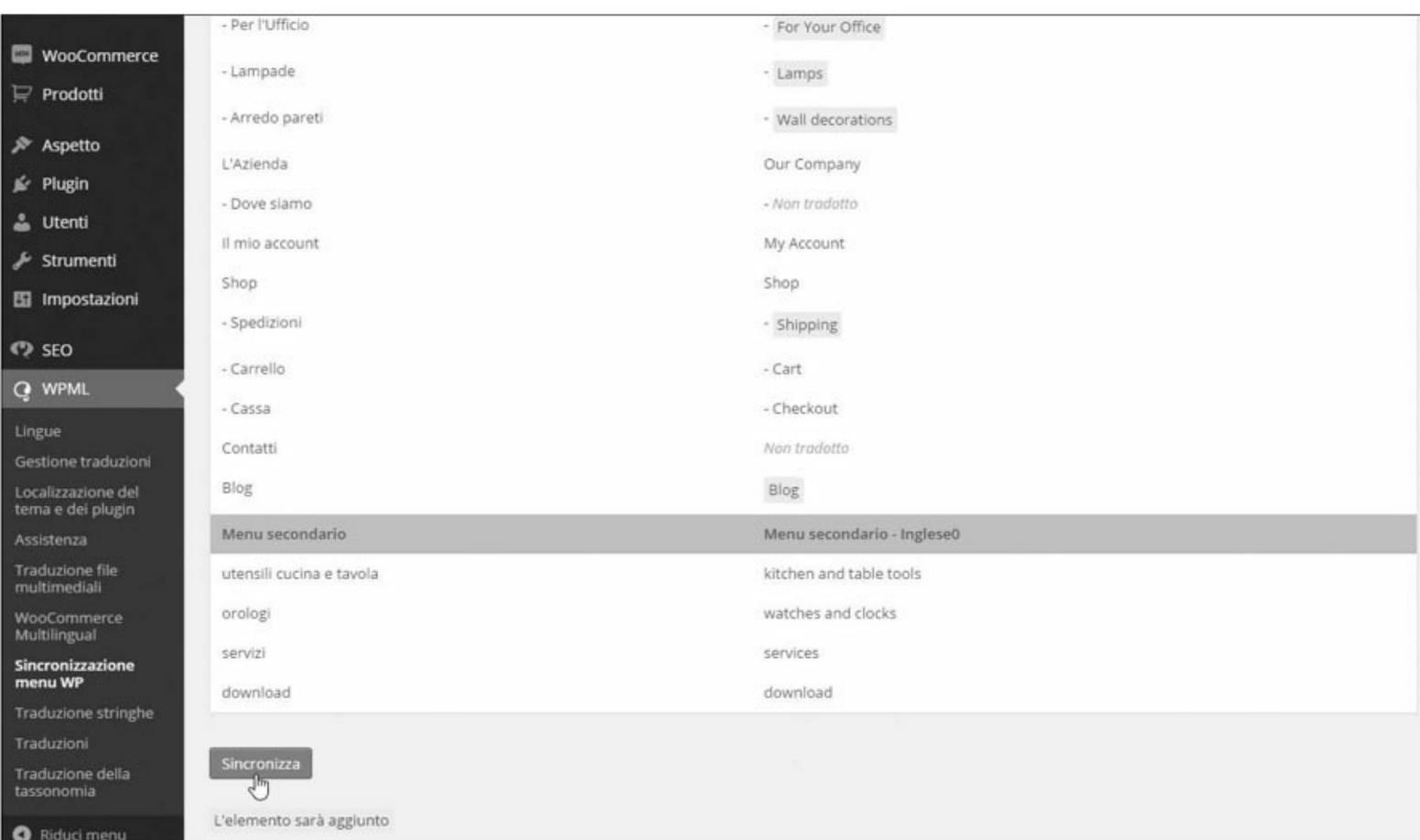


Figura 11.23 – La schermata di sincronizzazione dei menu; si noti la suddivisione fra menu principale e secondario e la segnalazione delle voci non tradotte e di quelle invece tradotte con le operazioni precedenti.

In questa seconda schermata troverete un elenco delle voci dei menu già creati, con quelle tradotte e da aggiungere evidenziate dal colore verde e quelle non tradotte identificate appunto dalla dicitura “non tradotto” alla loro destra; è consigliabile completare la traduzione di queste ultime e pubblicarle per non essere costretti a ripetere l’operazione di sincronizzazione. Cliccate sul pulsante **Sincronizza** alla fine della pagina e attendete di passare alla schermata successiva (11.24), dove potrete cliccare sulla prima casella di spunta in alto a sinistra, di fianco alla parola *Lingua*, per selezionare tutte le voci da aggiungere al menu della nuova lingua, prima di cliccare sul pulsante **Apply changes** per confermare l’operazione di sincronizzazione.

Ripetete eventualmente le operazioni appena descritte tornando su *Aspetto* → *Menu* finché non siete soddisfatti del risultato e ricordando che potete comunque modificare le voci di menu della nuova lingua o il loro ordinamento direttamente nella schermata principale di configurazione del menu, selezionando la lingua desiderata per mezzo del nuovo menu di scelta della lingua. Ricordate, inoltre, di sincronizzare e configurare anche gli eventuali menu secondari, se presenti.

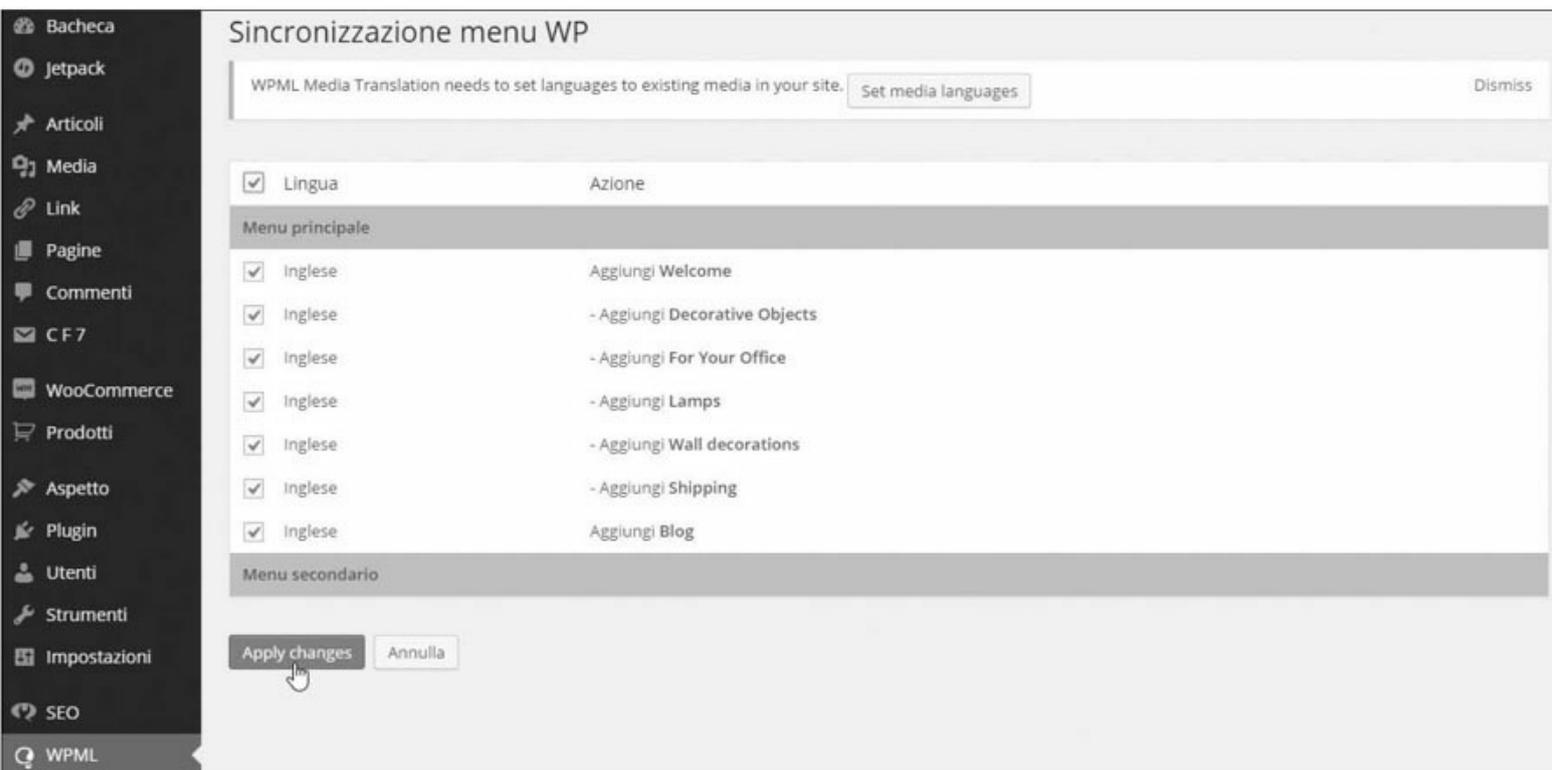


Figura 11.24 – L’elenco delle pagine che saranno aggiunte alla sincronizzazione del menu; si noti il pulsante di conferma in basso.

L’ultimo passaggio importante riguarda la traduzione dei media già caricati nella libreria di WordPress e di quelli che caricherete in seguito. Per configurare questo aspetto cliccate su *WPML* → *Traduzione file multimediali* e, nella schermata che compare (Figura 11.25) utilizzate le opzioni presenti per decidere se duplicare i media o semplicemente utilizzare gli stessi per tutte le lingue, e infine cliccate sul pulsante **Start** per avviare il processo di configurazione. Quest’ultimo richiederà un tempo più o meno lungo a seconda del numero di elementi presenti nella libreria media di WordPress.

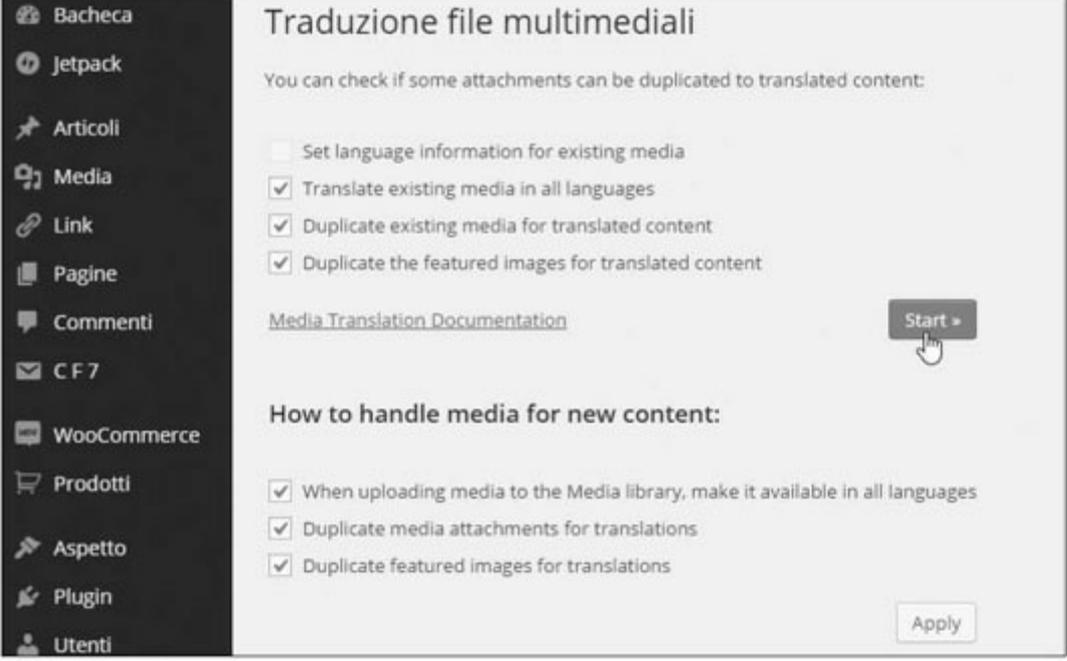


Figura 11.25 – La schermata *Traduzione file multimediali*, richiamata dalla voce omonima del menu WPML; si notino le opzioni di duplicazione dei media per i file caricati successivamente, nella sezione *How to handle media for new content*.

Se impostate la duplicazione dei media, ogni volta che caricherete un'immagine, potrete definire titolo, descrizione ALT ed eventuale didascalia anche per l'altra copia dell'immagine da utilizzare per la lingua aggiuntiva. L'opzione di duplicazione rimane comunque accessibile in ogni nuovo articolo o pagina creati (Figura 11.26), quindi potrete decidere di volta in volta se mantenerla attiva o disattivarla in casi particolari.

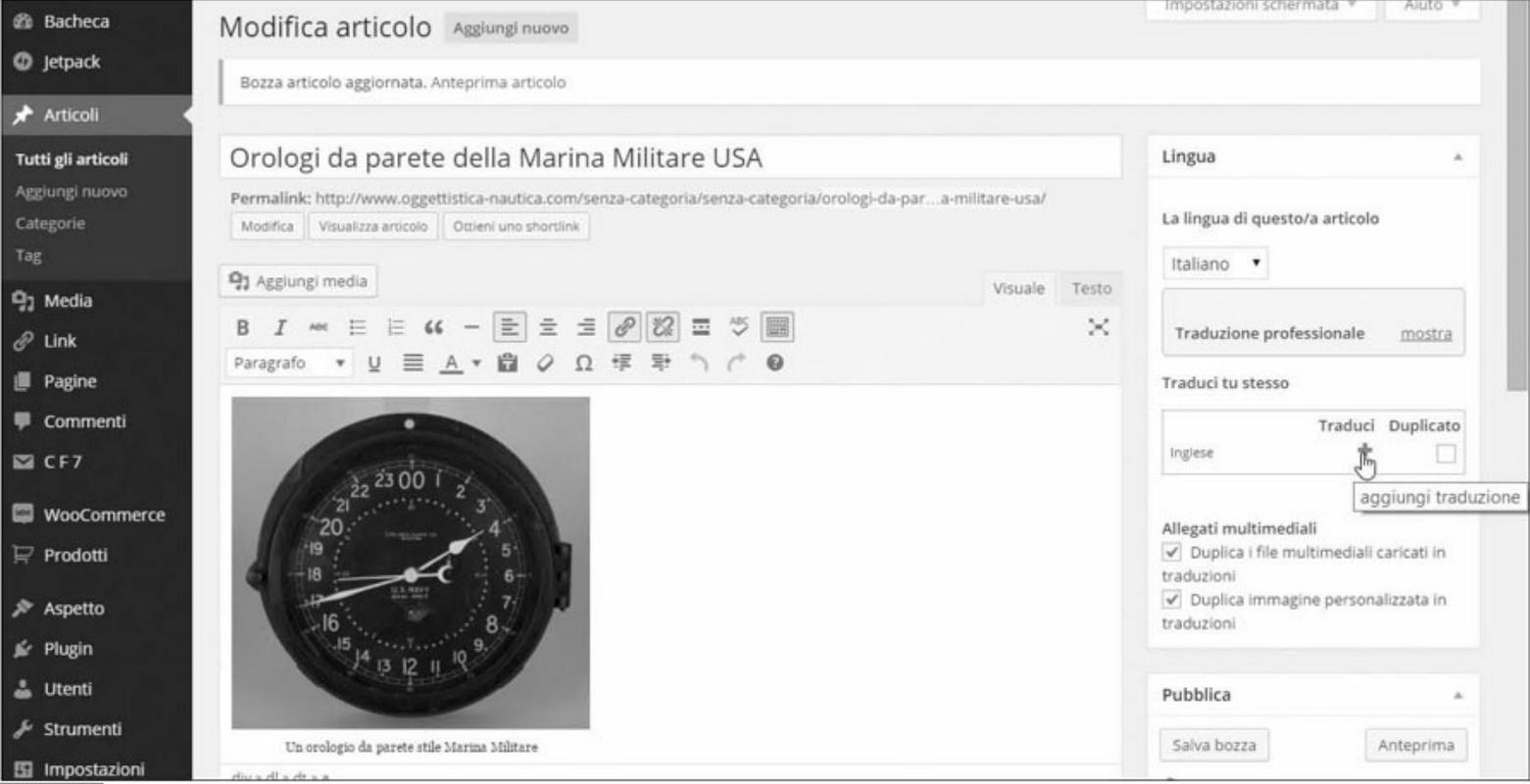


Figura 11.26 – Le due opzioni per la duplicazione degli allegati multimediali presenti nel pannello *Lingua* a destra dell'area di creazione e modifica del contenuto; si noti il segno "+" per l'aggiunta della traduzione presente nella schermata del contenuto originale.

Traduzione di altri elementi

Tutto ciò che non ricade nelle procedure di traduzione viste finora dovrà essere gestito per mezzo della schermata *Traduzione stringhe*, richiamata dall'omonima voce del menu di WPML e aggiunta dal plugin che porta lo stesso nome e che avete installato in precedenza insieme a WooCommerce Multilingual. Quando la lingua predefinita del sito è diversa dall'inglese, tuttavia, è necessaria una procedura particolare per utilizzare correttamente questa funzionalità di traduzione. Questa procedura consiste nel tradurre prima di tutto gli elementi di testo extra in inglese prima di utilizzare la funzione di traduzione e attraverso quest'ultima creare poi tutte le altre lingue, italiano compreso. Vediamo come procedere passo dopo passo per tradurre, per esempio, i titoli dei widget nella maniera corretta.

nota

Il metodo appena accennato, che sarà descritto a breve, può sembrare un po' contorto, ma è il prerequisito fondamentale poiché la maggior parte degli elementi di testo inclusi nella gestione delle stringhe di testo è appunto in inglese, essendo legata al codice di WordPress e dei suoi plugin.

Dopo aver quindi cambiato in inglese i titoli dei widget utilizzati nel sito, individuate il pannello *Lingua originale delle stringhe* (Figura 11.27), collocato in fondo alla schermata *Traduzione stringhe* e, dopo esservi assicurati che la lingua selezionata nel menu sia l'inglese, cliccate sul pulsante *Salva le opzioni* e scansiona di nuovo le stringhe.



Figura 11.27 – Il pannello *Lingua originale delle stringhe* dove bisogna cliccare sul pulsante *Salva le opzioni e scansiona di nuovo le stringhe*, dopo essersi assicurati che la lingua selezionata sia l'inglese, per poter poi procedere con la traduzione degli elementi di testo residui del sito.

A questo punto potrete utilizzare le funzioni di traduzione della schermata Traduzione stringhe (Figura 11.28) per tradurre uno per uno i titoli dei widget, selezionando prima di tutto la voce Widget dal menu Seleziona le stringhe nel contesto, che trovate in alto a destra, e cliccando poi sul link traduzioni alla destra di ogni testo, per digitare infine nella lingua italiana ed eventuali altre lingue diverse dall'inglese e cliccare infine sulla casella di spunta dell'opzione La traduzione è stata completata e sul pulsante Salva.

Per quanto riguarda infine la traduzione delle tassonomie di WordPress, cioè di categorie e tag per gli articoli, potrete procedere partendo dalle relative schermate richiamate dalle omonime voci del menu Articoli e creando i nuovi termini corrispondenti alla traduzione.

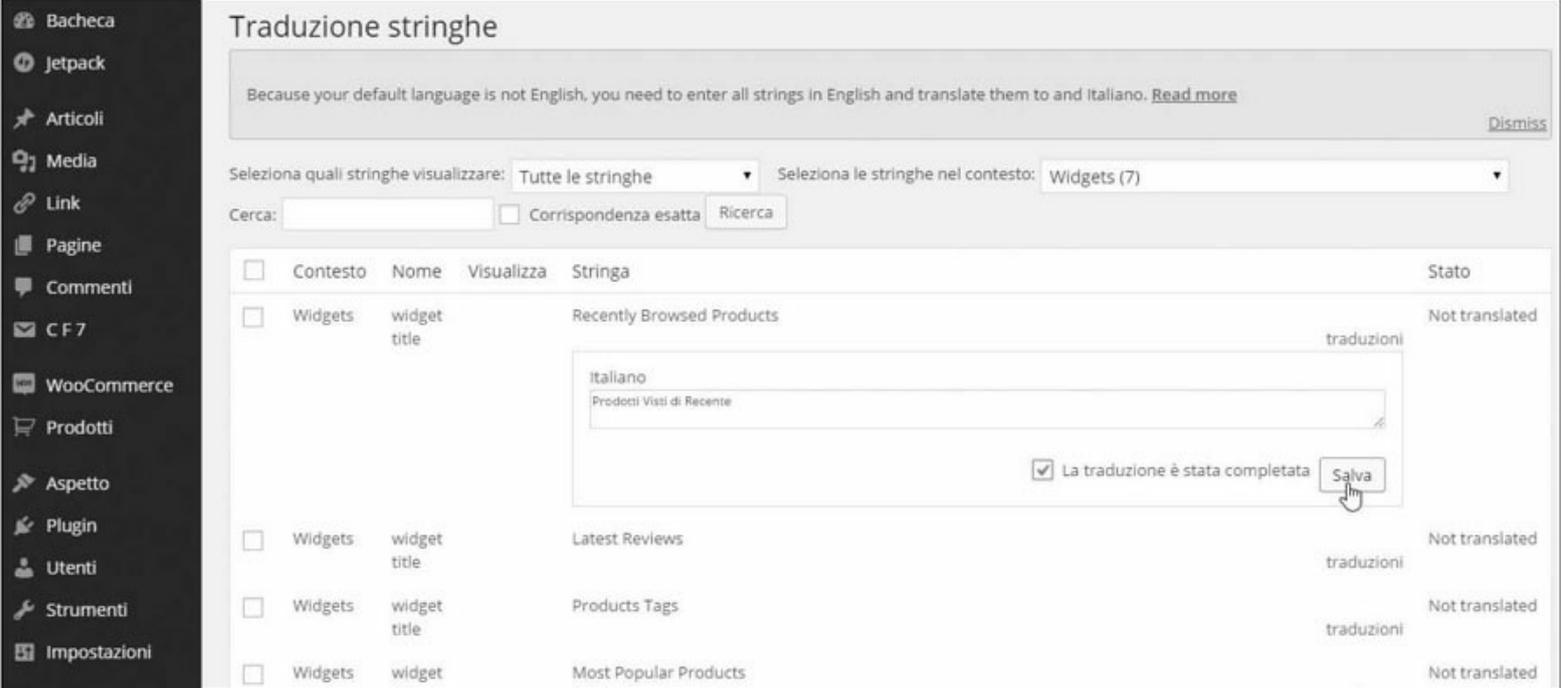


Figura 11.28 – La schermata *Traduzione stringhe* con l'elenco dei titoli di ogni widget attivo, impostato in inglese per procedere con la traduzione in italiano usando il link *Traduzioni* e il pannello che questo fa comparire per ogni testo, nel quale dovrete digitare la traduzione in italiano (e nelle eventuali altre lingue diverse dall'inglese), attivando l'opzione *La traduzione è stata completata* e cliccando sul pulsante *Salva* per confermare.

Questi andranno di volta in volta associati, per mezzo del pannello *Lingua* che trovate in basso nella schermata (Figura 11.29), al termine originale, selezionandolo dal menu Questa è una traduzione di. Potete anche modificare in seguito i termini tradotti usando il solito link *Modifica* visualizzato sotto il loro nome nell'elenco a destra, verificando l'esatta corrispondenza con lo stesso pannello *Lingua* che ritrovate anche nella schermata di modifica.

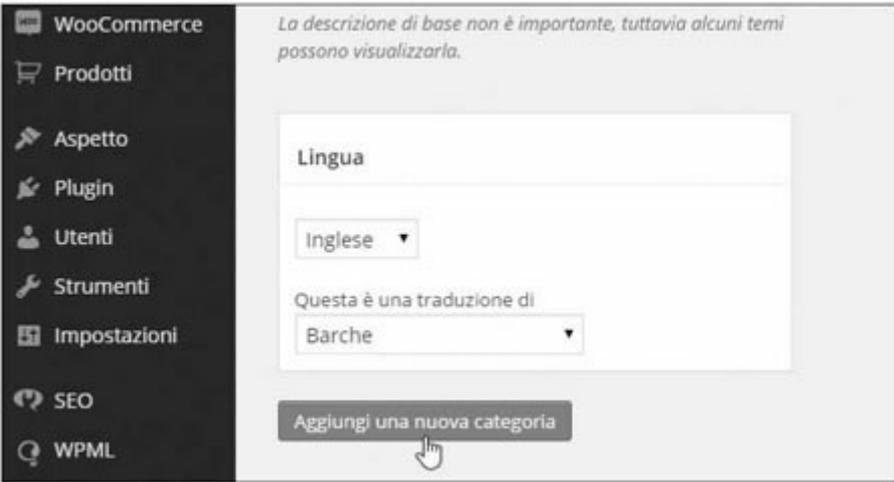


Figura 11.29 – Il pannello visualizzato nella parte bassa della schermata di creazione delle categorie e dei tag e presente anche nella loro schermata di modifica; questo pannello permette di associare ogni nuova categoria o tag a quelli nella lingua originale, aggiungendo così la relativa traduzione.

La visibilità è un requisito fondamentale per qualunque genere di sito, ma per quelli di commercio elettronico lo è ancora di più dal momento che, come per un negozio, ricevere visite significa accogliere potenziali clienti.

Ci sono varie strategie per migliorare la visibilità di un sito e si possono dividere principalmente in due gruppi: gratuite e a pagamento. In questo capitolo si parlerà soltanto delle prime, prendendo in considerazione la promozione sui Social Media e l'ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO), fornendo soltanto le indicazioni fondamentali e pratiche per iniziare, visto che sui rispettivi argomenti sono stati pubblicati interi manuali, che come sempre trovate nei consigli di lettura e approfondimento sul sito del libro.

Gestire i Social Media con Jetpack

Esistono innumerevoli plugin, anche gratuiti, specializzati nella gestione dei Social Media, in particolare per includere nel sito gli strumenti di condivisione sui social network da parte degli utenti che hanno uno o più profili. Dal momento che si è già parlato di Jetpack illustrandone l'installazione e l'attivazione, vedremo di sfruttare le sue funzioni social anziché installare un altro plugin. Il motivo, come vedrete fra poco, è la sua doppia funzione di condivisione che è raro trovare in altri plugin.

Portatevi prima di tutto nella schermata principale cliccando su *Jetpack* → *Impostazioni* e selezionate dalle categorie elencate a destra quella specifica per i social, *Sociale*, cliccando sul suo link (Figura 12.1).

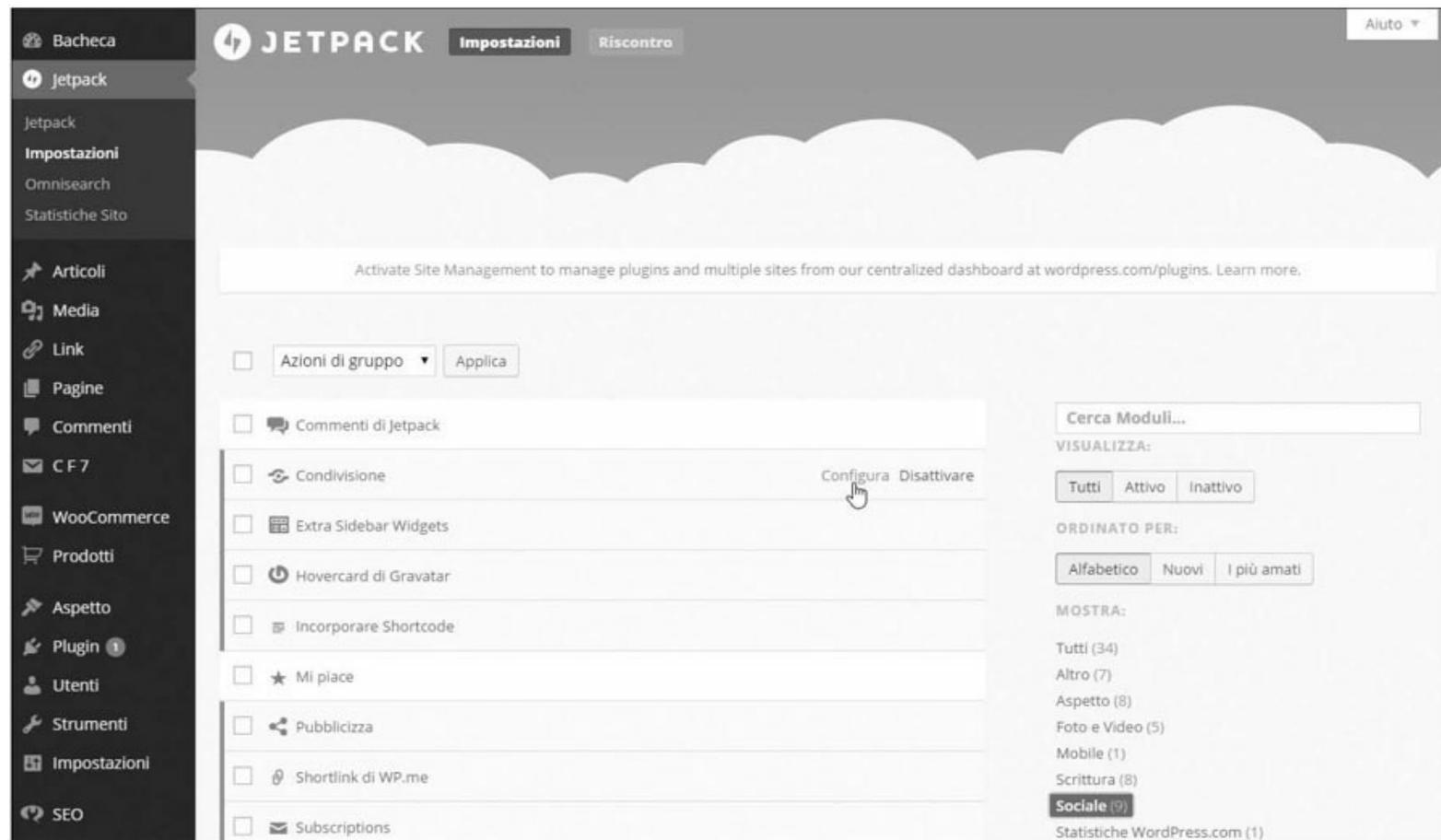


Figura 12.1 – Le funzioni social di Jetpack, elencate cliccando sul link *Sociale* nell'elenco delle categorie a destra; si noti il link *Configura* della funzionalità *Condivisione*.

Fra gli strumenti elencati, noterete quello chiamato *Condivisione* e spostandovi sulla riga corrispondente vedrete comparire alla sua destra due link, *Configura* e *Disattivare*. Nel caso dovesse, invece, comparire solo il link *Attiva*, cliccate prima su quest'ultimo per abilitare lo strumento in questione e far comparire i due link appena descritti.

Cliccando su *Configura* accederete alla schermata delle impostazioni social di Jetpack, che si divide in due aree principali.

La prima area (Figura 12.2) riguarda la condivisione automatica degli articoli da voi pubblicati sul sito, utile per promuovere iniziative, sconti e altri tipi di contenuto che possono spingere il pubblico a visitare il negozio.

Per utilizzare questi strumenti di condivisione automatica cliccate sui pulsanti *Connetti* relativi ai social per i quali avete già un profilo e inserite i dati richiesti per attivare la condivisione sullo specifico social network. Per facilitare l'operazione assicuratevi di eseguirla mentre è attivo l'accesso allo specifico profilo social, eseguendo il login su quest'ultimo prima di cliccare sul corrispondente pulsante *Connetti*.

La seconda area della schermata, Pulsanti di condivisione (Figura 12.3), è quella che consente di visualizzare i pulsanti che permetteranno agli utenti di condividere contenuti o prodotti sui loro profili social.

Impostazioni di condivisione

Publicizza

Connetti il blog ai più popolari social network e condividi automaticamente gli articoli con gli amici. Puoi creare un collegamento solo per te o per tutti gli utenti del blog. I collegamenti condivisi sono contrassegnati dal testo (Condiviso).

→ [Ulteriori informazioni riguardanti l'utilizzo di Publicizza.](#)

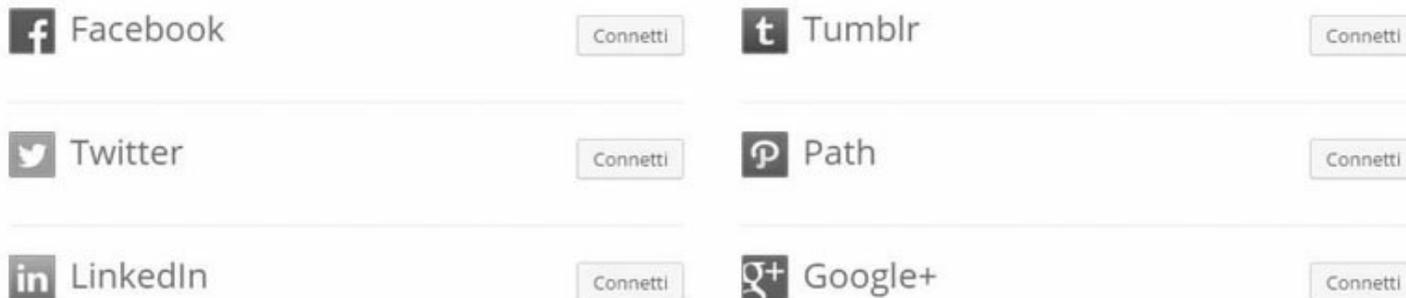


Figura 12.2 – La sezione *Publicizza* nella parte alta della schermata di configurazione dello strumento Condivisione di Jetpack; si notino i pulsanti *Connetti* con i quali è possibile associare i propri profili social.

Pulsanti di condivisione

Aggiungi dei pulsanti di condivisione al blog e permetti ai visitatori di condividere gli articoli con i loro amici.

Servizi disponibili

Trascina nel riquadro in basso i servizi che vuoi abilitare.

[Aggiungi un nuovo servizio](#)



Servizi abilitati

I servizi trascinati qui appariranno singolarmente.



I servizi trascinati qui saranno nascosti dietro un pulsante *Condividi*.

Anteprima Live

Condividi:



Stile pulsante

Solo icona

Figura 12.3 – La sezione *Pulsanti di condivisione* di Jetpack, dove è possibile trascinare appunto i pulsanti associati ai vari social network, impostandone la visualizzazione in diversi modi.

In questa sezione vi basterà trascinare dall'area *Servizi disponibili* all'area *Servizi abilitati* i pulsanti desiderati, che includono anche quello per la condivisione via e-mail e la stampa, disponendoli nell'ordine in cui volete che siano visualizzati sul sito.

Il riquadro grigio sulla destra vi permette, inoltre, di incorporare tutti i pulsanti all'interno di un pulsante unico chiamato *Condividi*, trascinandoli al suo interno, nel caso vogliate ridurre l'ingombro.

Più in basso viene visualizzata l'anteprima dei pulsanti così come appariranno al pubblico che visita il sito e potrete selezionarne la modalità di visualizzazione dal menu *Stile pulsante*, con la possibilità di visualizzare il testo insieme all'icona, soltanto il testo o l'icona oppure i pulsanti ufficiali dei diversi social network.

Le altre opzioni che seguono vi permetteranno, inoltre, di definire il testo dell'etichetta che precede i pulsanti, decidere se dovranno aprire la condivisione in una nuova finestra o scheda del browser oppure in quella corrente, e infine stabilire dove saranno visualizzati i pulsanti stessi, per esempio sotto i prodotti, gli articoli, le pagine e così via.

Ricordate di cliccare sul pulsante *Salva* le modifiche per confermare tutte le impostazioni una volta che le avrete definite.

Come sempre verificate l'attivazione di questi strumenti con i dovuti test e le simulazioni necessarie, per essere certi che tutto sia configurato a dovere.

Gestire la SEO con WordPress SEO

Sull'argomento dell'ottimizzazione per i motori di ricerca, altrimenti nota come SEO (da *Search Engine Optimization*), sono stati scritti già interi manuali, che trovate come sempre suggeriti sul sito associato a questo volume.

Ho ritenuto opportuno, tuttavia, dare qualche indicazione fondamentale anche in questo libro, per consentirvi di familiarizzare almeno con i principi di base di questa tecnica e cominciare a sfruttarne i vantaggi.

nota

La SEO si divide in "onsite" e "offsite". Nel primo tipo rientrano le strategie che potete applicare direttamente sul vostro sito, come l'ottimizzazione dei contenuti in relazione ai termini di ricerca, nel secondo invece rientrano gli elementi esterni al sito e in particolare i link che da altri siti conducono ad esso, per esempio quelli inclusi nei contenuti rilanciati sui Social Media.

Per promuovere il vostro sito con le tecniche SEO, dovrete prima di tutto capire come pensano gli utenti e i motori di ricerca, anche perché questi ultimi cercano di simulare sempre di più il comportamento dei primi allo scopo di offrire risultati utili per le loro ricerche. Questo processo vi porterà a individuare i termini utilizzati più spesso e in generale dagli utenti, vale a dire le parole o frasi chiave, note come *keyword*, dal corrispondente termine inglese, e a utilizzare le stesse all'interno del vostro sito inserendole strategicamente nei contenuti per mezzo di una serie di regole che seguono una logica molto simile a quella utilizzata in qualsiasi forma strutturata di contenuto. Allo stesso tempo, dovrete evitare di eccedere in questo tipo di strategia, poiché i motori di ricerca sono sempre più abili nell'identificare eventuali "forzature" introdotte in questo senso.

Se volete farvi un'idea di quanto sia "intelligente" un motore di ricerca, usate Google per cercare una combinazione di parole chiave e notate come, nei risultati, spesso queste siano evidenziate con un ordine diverso o addirittura sostituite da sinonimi e varianti. Alla luce di ciò, regolatevi per la scelta delle vostre parole chiave ed evitate di eccedere nell'uso di keyword uguali fra loro.

Il processo di "indicizzazione" (scansione e archiviazione "ordinata") dei motori, infatti, analizza in modo logico e matematico tutti i contenuti del vostro sito, cercando di identificarne gli argomenti principali e la qualità con cui essi sono presentati, cioè quanto possono essere utili per gli utenti che cercano proprio tali argomenti usando il motore stesso.

Come avrete capito, la SEO è un mix di strategia ed equilibrio e, utilizzata nel modo sbagliato, può portare effetti opposti a quelli desiderati, in altre parole una vera propria penalizzazione che può provocare l'arretramento del sito nei risultati delle ricerche o addirittura la sua sparizione se venisse de-indicizzato.

In teoria, l'ottimizzazione di un sito realizzato con WordPress potrebbe avvenire anche senza l'utilizzo di un plugin (Figura 12.4), soprattutto se il tema utilizzato offre degli strumenti idonei. Tuttavia l'installazione di un plugin specializzato rende il tutto molto più agevole, anche se ci si limita (come faremo in questo contesto) alle basi dell'ottimizzazione senza spingersi oltre nel configurare gli aspetti più tecnici della SEO.

Vedremo quindi come installare e utilizzare uno dei plugin più noti in questo settore, *WordPress SEO by Yoast* (Figura 12.4), limitandoci alle sue funzioni fondamentali dal momento che questo argomento non è quello centrale del libro (troverete ulteriori indicazioni come sempre sul sito).

Procedete come di consueto cercando il plugin con il campo di ricerca della schermata *Aggiungi plugin* e utilizzando come chiave di ricerca "WordPress SEO". Vedrete comparire la scheda del plugin al primo posto (Figura 12.4), quindi vi basterà cliccare come di consueto sul pulsante *Installa adesso*, confermare e attendere l'installazione, dopodiché potrete attivare il plugin con il solito link *Attiva plugin*. WordPress SEO potrebbe visualizzare, subito dopo l'attivazione, una richiesta di permesso per il monitoraggio del suo utilizzo, se volete potete accettarla, in quanto tale monitoraggio avviene comunque nel rispetto della privacy. Nello stesso tempo il plugin visualizza, in sovrapposizione alla barra laterale dei menu di amministrazione di WordPress, una finestra in cui propone un tour guidato delle sue impostazioni, che potete naturalmente seguire se desiderate, registrandovi anche per ricevere la newsletter quando ve ne sarà proposta l'iscrizione nella prima schermata.

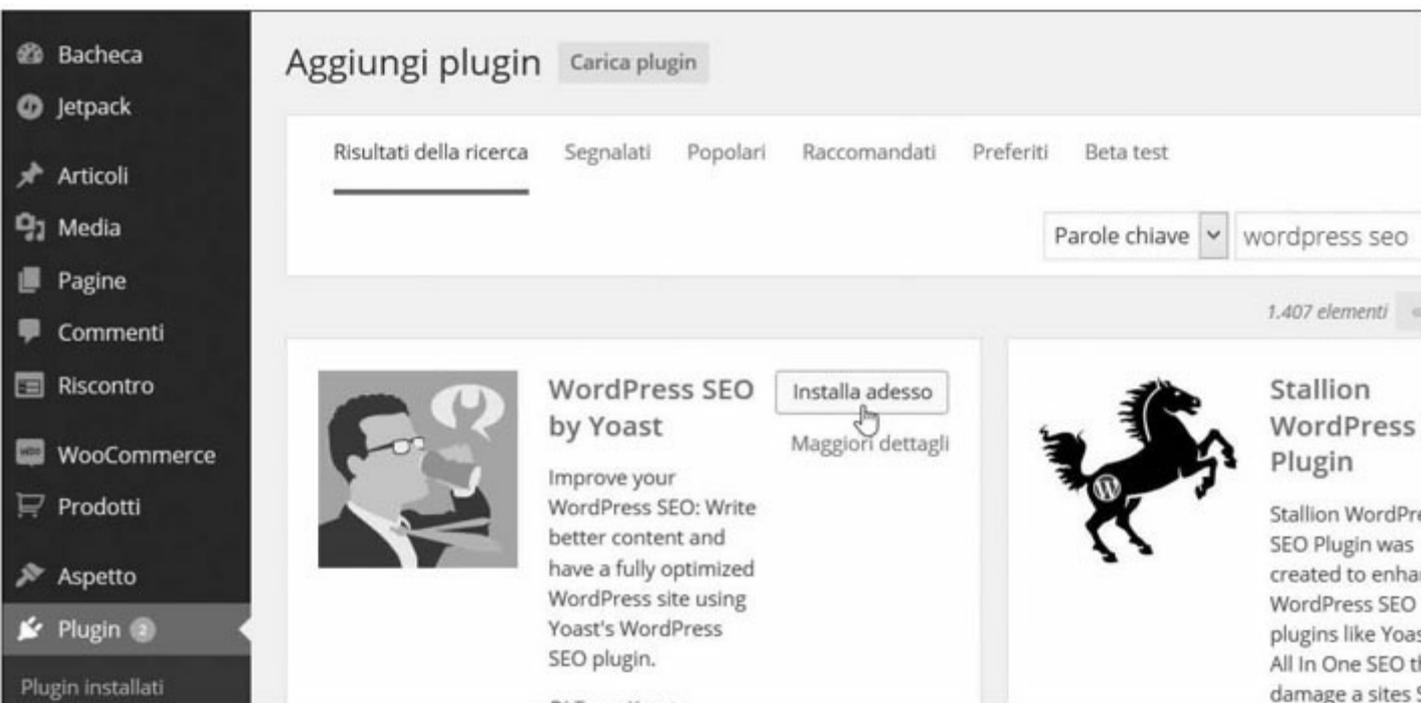


Figura 12.4 – La scheda di *WordPress SEO by Yoast*, uno dei plugin più popolari per l'ottimizzazione SEO dei siti WordPress.

Il tour guidato (Figura 12.5) vi mostrerà (con dei testi misti fra inglese e italiano) le diverse schede di configurazione e le numerose opzioni del plugin, che non abbiamo lo spazio per trattare in maniera dettagliata in quanto richiederebbero, da sole, quasi un intero manuale.

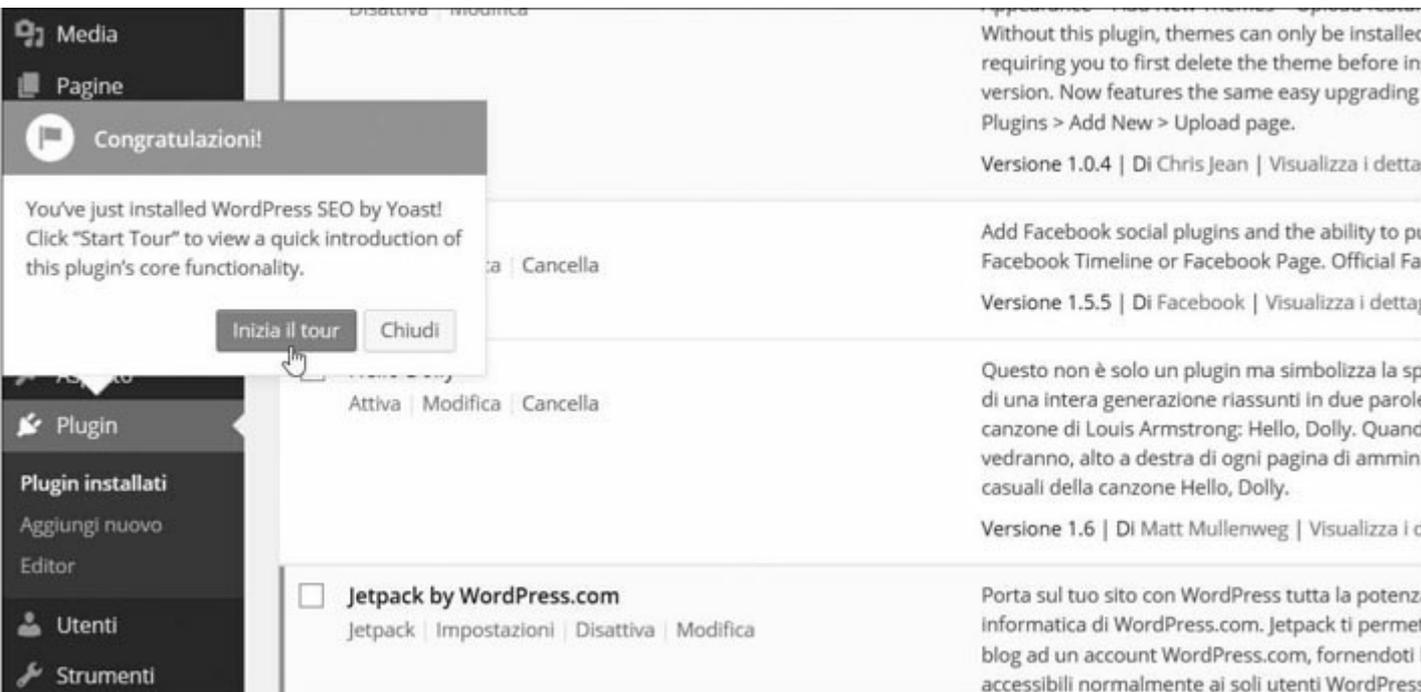


Figura 12.5 – La finestra con cui WordPress SEO propone un tour guidato delle varie opzioni, visualizzata subito dopo l'attivazione del plugin.

Ci soffermeremo, invece, sugli strumenti che il plugin mette a disposizione per migliorare l'indicizzazione dei contenuti da parte dei motori e spingere il pubblico a cliccare sui risultati visualizzati a seguito delle ricerche.

Provate a visualizzare un elenco dei prodotti del negozio e noterete subito che le voci nelle colonne sono aumentate, in quanto il plugin ne ha aggiunte quattro: *SEO*, *Titolo SEO*, *Desc. meta* e *Focus KW* (Figura 12.6). Potrebbe essere necessario riorganizzare la visualizzazione disattivando alcune voci di WooCommerce, operazione che potrete fare come sempre cliccando sul pulsante *Impostazioni* schermata in alto a destra e procedendo con l'esclusione delle voci che non ritenete indispensabili.

Visualizza a schermo

Immagine
 COD
 Magazzino
 Prezzo
 Categorie
 Etichette
 In Evidenza
 Tipo
 Data

 SEO

Titolo SEO
 Desc. meta
 Focus KW

Prodotti

Prodotti

Tutti (7) | Pubblicati (7) | Cestinati (2) | Ordina i prodotti

Italiano (7) | Inglese (1) | Tutte le lingue (8)

How to translate products

Azioni di gruppo

Tutte le date | Seleziona una categoria | Mostra tutti i tipi di prod | Tutti i punteggi SEO | Filtra 7 elementi

<input type="checkbox"/>		Nome	Prezzo	Categorie	SEO	Titolo SEO	Desc. meta	Focus KW
<input type="checkbox"/>		Mappe per navigazione nautica (PDF) ID: 1188 Modifica Modifica Veloce Cestino Vedi Duplica	€ 35,00	download, mappe	<input checked="" type="checkbox"/>	Mappe per navigazione nautica (PDF) - Oggettistica Nautica		
<input type="checkbox"/>		Consulenza su arredo Yacht 1h	€ 35,00	consulenze, servizi	<input checked="" type="checkbox"/>	Consulenza su arredo Yacht 1h - Oggettistica Nautica		

Figura 12.6 – l'elenco dei prodotti dopo l'attivazione di WordPress SEO; si notino le voci relative nelle ultime tre colonne e, in alto, la loro attivazione e la disattivazione di altre voci dell'elenco per migliorarne la visualizzazione.

Provando a modificare un prodotto oppure un qualsiasi altro contenuto di WordPress, noterete, infatti, che nella schermata di creazione e modifica dei contenuti è ora presente un nuovo pannello (Figura 12.7) che ne permette di configurare la SEO e fornisce diverse indicazioni per la sua ottimizzazione.

Esaminiamo quindi il pannello per capire il funzionamento dei suoi diversi elementi, partendo dalla scheda Generale e in particolare dall'Anteprima Snippet, che riproduce ciò che sarà visualizzato agli utenti quando, a seguito di una loro ricerca, comparirà fra i risultati il link al contenuto specifico sul sito (Figura 12.8).

WordPress SEO di Yoast

Generale | Analisi della pagina | Avanzato | Social

Anteprima Snippet **Portabottiglia da tavolo marinaio ubriaco su zattera**
 www.oggettistica-nautica.com/negozi/marinaia-porta-bottiglia-marinaio-portabottiglia-ubriaco/
 Simpatico portabottiglia da tavolo in ceramica che raffigura un marinaio ubriaco mentre cavalca le onde sui resti di un relitto.

Parola Chiave Principale:
Focus keyword usage
 La tua parola chiave focus è stata trovata in:
 • Intestazione articolo:No
 • Titolo pagina:Yes (1)
 • URL pagina:No
 • Contenuto:No
 • Meta descrizione:Yes (1)

Titolo SEO:

Meta descrizione:
 La meta description sarà limitata 156 chars, 28 caratteri rimasti.

Figura 12.7 – Il pannello aggiunto da WordPress SEO by Yoast sotto l'area di creazione e modifica dei contenuti; si notino le quattro schede nella parte alta e i simboli del punto interrogativo cerchiato che permettono di visualizzare delle note informative.

Porta Bottiglie in Legno

www.renoirsrl.com/Porta_Bottiglie Astucci/Contentitori/Porta Bottiglie Tante Soluzioni Enoteche/Aziende

Portabottiglia

portabottiglie-vino.showvine.it/ Portabottiglie e Scaffalature Vino. Legno, Plexi, Pietra, Tufo, Acciaio

Porta bottiglie

www.bluebagitalia.com/ Shopper, Lanyard, Zaini, Penne Personalizzabili con il tuo logo

Portabottiglia Porta Bottiglia Marinaio Bottiglie di Vino ... - Amazon.it

Portabottiglia a forma di marinaio è un'ottima idea regalo per amici e parenti. È adatto per bottiglie di vino, aceto, olio, succo ecc. con il diametro di ca.8 cm.

www.amazon.it/Portabottiglia-Bottiglia-Marinaio.../B00CGZW4X8 - [Cached](#) - [Similar](#)

Marinaio portabottiglia ubriaco - Oggettistica Nautica

Descrizione prodotto. Questo simpatico porta-bottiglia in ceramica riproduce il soggetto di un marinaio ubriaco che sfida i flutti su una zattera di fortuna che in ...

www.oggettistica-nautica.com/.../marinaio-porta-bottiglia/marinaio-portabottiglia-ubriaco/ - [Cached](#) - [Similar](#)

marinaio porta bottiglia Archivi - Oggettistica Nautica

marinaio porta bottiglia. Visualizzazione del risultato singolo. marinaio-porta-bottiglia-ubriaco

Marinaio portabottiglia ubriaco. In offerta! € 35,00 € 29,00 (IVA ...)

www.oggettistica-nautica.com/categoria.../marinaio-porta-bottiglia/ - [Cached](#) - [Similar](#)

Ads

Ads

Marinaro, Praiano

Best Price Guarantee!
Book at **Marinaro, Praiano**
www.booking.com/Marinaro

Porta Bottiglia su Amazon

Sconti su **Porta Bottiglia**
Spedizione gratis per ordini da 19€
www.amazon.it/Porta+Bottiglia

Portabottiglie per Vino

Nuovo **Portabottiglie** in polistirolo per la Sicurezza del tuo Vino
www.poliplast.it/PortaBottiglie

Shopper Carta Personalizz

1 cartone ordine minimo personalizzabile.
Clichè GRATIS - I prezzi più bassi
www.shoppers-personalizzate.it/

Portabottiglia

Gadgets personalizzati in 10 giorni

Figura 12.8 – I risultati della ricerca su Google con le parole chiave “marinaio portabottiglia”; si notino i due link a un prodotto specifico e alla relativa categoria sul sito di esempio.

Quanto visualizzato è l’insieme di *Titolo SEO* e della *Meta descrizione*, che sono rispettivamente definiti attraverso i due omonimi campi nella parte inferiore della scheda Generale o in mancanza di questi vengono estratti dal titolo e dal testo del contenuto (pagina, articolo, prodotto ecc.).

È importante definire in modo intelligente questi due elementi, in quanto da una parte daranno ai motori di ricerca le indicazioni per una corretta ed efficace indicizzazione, dall’altra forniranno agli utenti un incentivo a cliccare sul risultato della ricerca e visitare il sito per leggere il contenuto e, possibilmente, acquistare.

WordPress SEO fornisce, in tal senso, uno strumento molto comodo che è la ricerca della Parola Chiave Principale, nell’originale inglese *Focus Keyword*, che si ottiene digitando nel campo corrispondente, collocato nella parte centrale della scheda Generale, la parola o le parole chiave desiderate per ottenere una serie di suggerimenti da parte del plugin. Questi suggerimenti, ricavati da Google, si riferiscono alle keyword usate dagli utenti nelle loro ricerche e permettono quindi una migliore selezione dei termini da utilizzare.

Una volta identificata la parola chiave principale, bisognerà fare in modo di collocarla strategicamente all’interno di vari elementi, a partire proprio dal titolo SEO e dalla meta descrizione, possibilmente all’inizio. La parola chiave andrà poi utilizzata nel titolo del contenuto, nell’URL (ovvero il *permalink*) e ovviamente nel contenuto stesso, cercando di non esagerare con la sua ripetizione all’interno di quest’ultimo, ma piuttosto utilizzando dei sinonimi o delle varianti, tipo il plurale al posto del singolare o viceversa, per non incorrere nelle penalizzazioni causate dal cosiddetto “keyword stuffing”, ovvero l’utilizzo eccessivo della stessa parola chiave in un testo.

Le statistiche visualizzate sotto il campo della parola chiave principale, precedute dal titolo *Focus keyword usage*, vi aiuteranno a monitorare appunto l’utilizzo che avete fatto della keyword, permettendovi di intervenire dove necessario. Per avere delle indicazioni e statistiche più dettagliate potete utilizzare invece la seconda scheda del pannello, *Analisi della pagina* (Figura 12.9), dove i diversi elementi legati all’ottimizzazione della SEO sono elencati e associati a un pallino colorato che ne segnala il livello basso, medio oppure ottimale rispettivamente con i colori rosso, giallo e verde. Il livello globale di ottimizzazione sarà invece visualizzato nel pannello *Pubblica* in alto a destra nella schermata e, come avete già visto a inizio paragrafo, nell’elenco dei contenuti. La scheda *Avanzate* contiene, invece, delle impostazioni che richiedono una certa esperienza nella SEO e che pertanto non saranno trattate in questo contesto, ma che potrete utilizzare quando approfondirete l’argomento con altri testi, mentre la scheda *Social* vi permetterà di definire titolo, descrizione e immagine specifici per le condivisioni su Facebook del contenuto.

Servendovi delle indicazioni fornite nella scheda *Avanzate* potrete quindi procedere con una sempre migliore praticità e chiarezza vi espongo di seguito le “regole” fondamentali per l’ottimizzazione SEO “onsite” affinché possiate farne tesoro e applicarle a beneficio di una sempre maggiore visibilità del vostro sito.

The screenshot shows the 'Analisi della pagina' (Page Analysis) section of the WordPress SEO plugin. It includes a 'Conteggio parole' (Word count) of 29, a 'Dati prodotto' (Product data) section with 'Prodotto semplice' selected, and a 'WordPress SEO di Yoast' section with tabs for 'Generale', 'Analisi della pagina', 'Avanzato', and 'Social'. The main analysis area contains a list of 10 color-coded indicators (red, yellow, green) providing feedback on keyword density, placement, and other SEO factors. On the right, there is a 'Visibilità Catalogo' (Catalog visibility) section with a 'Modifica' (Edit) button and a 'SEO: Scarso' (Poor SEO) status, and a 'Categorie prodotto' (Product categories) section with a list of categories like 'orologi da polso', 'servizi', 'consulenze', 'soprammobili', and 'marinaio porta bottiglia'.

Figura 12.9 – La scheda *Analisi della pagina* del pannello di WordPress SEO; si notino i tre diversi indicatori colorati per l’aiuto nell’ottimizzazione e il pallino di riepilogo in alto a destra che segnala un livello globale di ottimizzazione SEO ancora troppo basso.

Ecco un riepilogo delle strategie SEO da non dimenticare mai quando create i contenuti per il vostro sito:

1. Scegliete con cura la parola o le parole chiave

Utilizzate la compilazione automatica di Google mentre digitate le keyword di prova, ma anche siti come ubersuggest.org oppure keywordtool.io, e se avete la possibilità registratevi su Google AdWords per avere dati statistici sulle ricerche. Inoltre, non dimenticate di usare le keyword “di coda lunga”, vale a dire quelle composte e molto specifiche, in alternativa a quelle principali (es. “portabottiglia da tavolo” invece di “portabottiglia”) per posizionarvi meglio.

2. Ottimizzate il titolo

Il titolo di una pagina, di un articolo o di una scheda prodotto è un elemento fondamentale e può anche essere diverso dal titolo SEO, ma deve possibilmente contenere le parole o la parola chiave principali.

3. Ottimizzate l'URL (permalink)

Questo viene formato automaticamente da WordPress quando inserite il titolo e posizionato sotto di esso, ma potete modificarlo in seguito cliccando sul corrispondente pulsante Modifica, introducendo anche in questo caso le keyword necessarie (ricordate di mantenere il formato dove gli spazi sono sostituiti dai segni meno).

4. Ottimizzate il testo

Oltre che fornire testi abbastanza lunghi e ricchi di informazioni, è fondamentale strutturarli, dividendoli eventualmente in paragrafi e usando per i titoli di questi ultimi gli stili h2 e h3 (*titolo 2* e *titolo 3* nel menu Paragrafo dell'editor di WordPress) e inserendo le keyword anche in essi. Per le parole chiave nel testo principale del contenuto potete usare anche stili come grassetto, corsivo o sottolineato, ma questo ha sempre meno importanza rispetto a tutto il resto e dovete comunque ricordare di non eccedere mai nel loro utilizzo e neanche nella ripetizione di parole chiave identiche (usate sinonimi e varianti quando possibile).

5. Ottimizzate le immagini

Le immagini che utilizzate per il sito devono essere facilmente identificabili dai motori di ricerca, quindi date ai file corrispondenti dei nomi significativi (usando il minuscolo e i segni meno al posto degli spazi, come nei permalink) e non dimenticate di aggiungere a ogni immagine i necessari "metadati", compilando i diversi campi proposti dopo il caricamento (Figura12.10).

6. Ottimizzate i link interni

Ricordate di inserire, dove possibile, dei link nel testo associandoli a keyword significative, per esempio un collegamento a una categoria oppure a una pagina del sito. Anche i link a risorse esterne sono importanti, sebbene in misura minore.

Quanto incluso nell'elenco rappresenta la base di un'ottimizzazione SEO e per quanto non garantisca un posizionamento rapido servirà a spostare gradualmente il vostro sito verso i primi posti dei risultati di ricerca, ovvero le posizioni che più facilmente spingono gli utenti a cliccare e visitarlo.

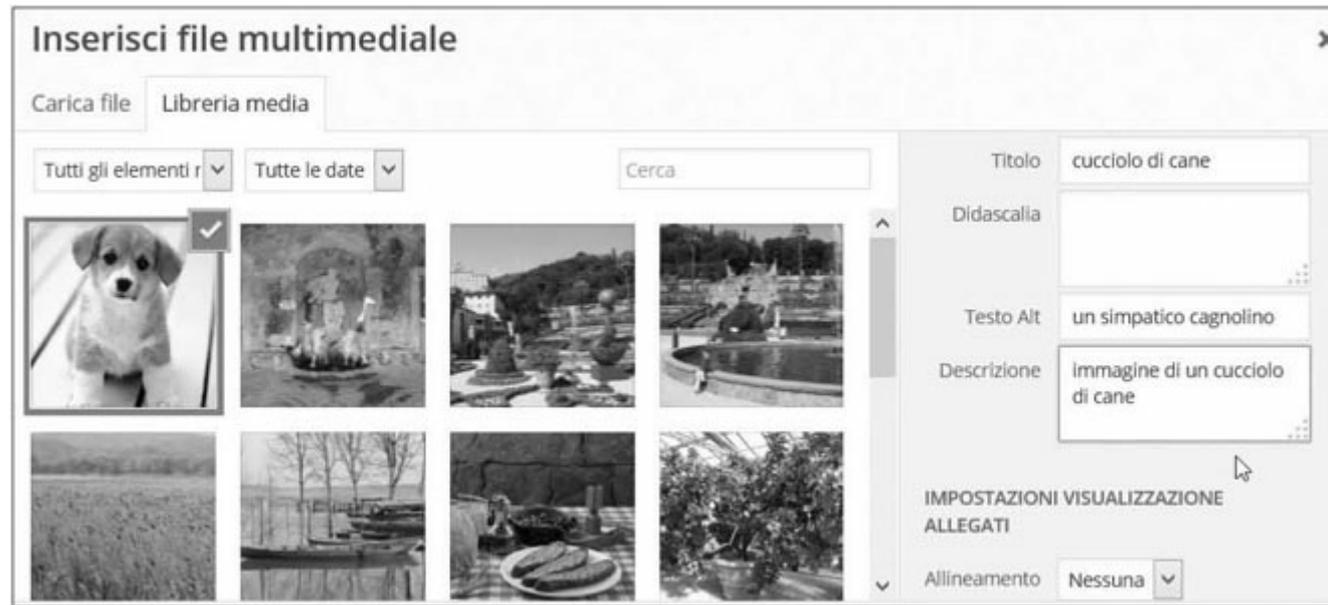


Figura 12.10 – I campi associati a un'immagine nella libreria media, che vanno correttamente compilati per migliorare l'indicizzazione dell'immagine stessa.

La sicurezza di un sito, e in particolare di un sito di e-commerce, è un punto cruciale ma spesso sottovalutato, infatti non sono rare le situazioni in cui l'assenza di un backup programmato o di misure di manutenzione e sicurezza basilari mettono i proprietari dei siti di fronte a problemi seri o addirittura situazioni senza via d'uscita.

WordPress ha acquisito, negli anni, una sempre maggiore popolarità e diffusione nel mondo dei sistemi operativi, superando altri CMS così come Windows ha da sempre una diffusione nettamente superiore ad altre piattaforme come MacOS X e Linux. Quando una piattaforma, che si tratti di un sistema operativo oppure di un CMS, conquista un livello molto alto di popolarità e diffusione, diventa inevitabilmente una preda ambita per i pirati informatici, che cercano costantemente di individuarne e sfruttarne i punti deboli per accedere in modo subdolo alle sue risorse e sfruttarle a proprio vantaggio oppure provocare dei veri e propri danni, a volte irreparabili.

Allo stesso modo in cui si raccomanda spesso di tenere aggiornato il sistema operativo del proprio computer, di effettuare backup regolari dei dati importanti e di installare e tenere aggiornato un antivirus, nel mondo di WordPress si usa fare le stesse raccomandazioni, vale a dire tenere aggiornato il CMS e i suoi componenti (temi e plugin), creare copie di sicurezza dell'uno e degli altri, e ovviamente installare e tenere aggiornato un qualche plugin specifico per la sicurezza, dopo aver preso le misure necessarie per alzare il livello di protezione generale del sito.

In questo capitolo vi saranno fornite alcune utili informazioni su come procedere in tal senso, ma come sempre vi raccomando di approfondire ulteriormente i vari aspetti per mezzo di manuali e guide specifiche dove a ogni argomento potrà sicuramente essere concesso più spazio rispetto a un manuale dedicato a un argomento più ampio come quello dell'e-commerce.

Backup di WordPress

Qualunque cosa accada al vostro sito, poter contare su una copia di backup da cui ripristinarlo è sempre la migliore assicurazione contro eventuali danni o complete catastrofi. Per avere un'idea chiara di come va eseguito un corretto backup e ripristino, è importante capire che WordPress basa il suo funzionamento su due elementi. Da una parte ci sono le cartelle e i file del CMS, in cui si vanno a collocare a mano a mano tutti i componenti (temi e plugin) e i media (principalmente immagini) che voi aggiungete. Dall'altra c'è il database, in cui WordPress memorizza i dati di configurazione del sito e i contenuti intesi come testo e come riferimenti ai media. Il database è quindi l'elemento più prezioso del sito, mentre al secondo posto in ordine di importanza c'è la sotto-cartella *uploads*, che si trova nella cartella *wp-content*, la stessa che ospita i temi e i plugin in due diverse cartelle (*themes* e *plugins*, appunto). Nella cartella *uploads*, infatti, vengono memorizzati tutti gli elementi che caricate nella Libreria Media, ovvero le immagini e altri media che inserite nei contenuti del sito. Ne deriva che un backup ideale dovrebbe contenere il database e la cartella *uploads*, visto che temi e plugin possono essere facilmente scaricati e installati di nuovo dalle loro fonti originarie, tuttavia è sempre bene avere un backup anche delle cartelle in cui sono conservati questi ultimi.

Un backup può essere eseguito anche manualmente oppure sfruttando gli strumenti eventualmente inclusi nel proprio hosting Web, ma esistono numerosi plugin e servizi che svolgono tale compito in maniera più intuitiva, rapida e spesso anche programmabile nel tempo. Visto il poco spazio a disposizione vi proporrò una delle soluzioni più semplici e complete attualmente disponibili, ovvero il plugin *UpdraftPlus Backup* (Figura 13.1), lasciandovi approfondire altre possibilità per mezzo delle risorse proposte su wpaz.it oppure sul sito collegato a questo volume.

Cercate, installate e attivate il plugin come avete fatto con gli altri nei capitoli precedenti, quindi cliccate sulla nuova voce *UpdraftPlus Backups* del menu *Impostazioni*, aggiunta dopo la sua attivazione.

Accederete così alla sua schermata principale (Figura 13.1) corrispondente alla scheda *Stato Attuale*, dove potete eseguire immediatamente un backup completo cliccando sul pulsante *Esegui Backup*.

nota

La terza opzione nella finestra di conferma del backup, *Non inviare questo backup a uno storage remoto*, va lasciata anche se si imposta una destinazione esterna di backup oltre a quella dove il sito è ospitato, l'unica utilizzata inizialmente. Se, quindi, impostate anche una destinazione esterna di backup, per esempio via FTP o cloud, ricordate di lasciare inattiva tale opzione, a meno che non vogliate salvare il backup solo sullo spazio di hosting locale.

Figura 13.1 – La schermata principale del plugin *UpdraftPlus Backup*, corrispondente alla scheda *Stato Attuale*, con i tre pulsanti per backup, ripristino e donazione/migrazione del sito; si notino le altre schede nella parte alta.

Comparirà una finestra di conferma (Figura 13.2) con tre diverse opzioni; lasciatele per ora tutte inattive e cliccate sul pulsante *Esegui Backup* per confermare.

UpdraftPlus Backup/Restore

UpdraftPlus.Com | M

FAQs | Altri plugin - Versione: 1.9.46

Stato Attuale

Benvenuto in UpdraftPlus! Per fare un backup, è sufficiente premere il pulsante Backup Now. Per modificare le impostazioni predefinite di ciò che si vuole backuppare, per configurare i backup pianificati, per inviare i backup all'archiviazione remota (consigliato), e per altro ancora, andare alla scheda delle Impostazioni.

Le tue impostazioni sono state cancellate.

Azioni:

Prossimo Backup programmato:

Database: Contemporaneamente al backup dei file
Ora attuale: Thu, January 8, 2015 17:55

UpdraftPlus - Eseguire un backup singolo

Per procedere premi "Esegui Backup". Poi, consulta il campo 'Ultimo messaggio di Log' per verificarne l'attività.

Non includere il database nel backup
 Non includere i file nel backup
 Non inviare questo backup a uno storage remoto

Non succede nulla quando si tenta di fare il backup? [Vai qui per l'aiuto.](#)

Per modificare le impostazioni predefinite di ciò che si vuole backuppare, per configurare i backup pianificati, per inviare i backup all'archiviazione remota (consigliato), e per altro ancora, andare alla scheda delle Impostazioni.

Clona/Migra

Figura 13.2 – La finestra di conferma dell'operazione di backup; si notino le tre opzioni che normalmente vanno tenute disattivate, a meno di particolari impostazioni ed esigenze.

Quando le operazioni di backup prendono il via, noterete una barra colorata (Figura 13.3) che ne documenta i progressi in corrispondenza della voce Backup in corso, che compare temporaneamente fra le due voci Esecuzione ultimo backup e Ultimo messaggio di Log, che saranno aggiornate immediatamente dopo la conclusione dell'operazione. Osservando i messaggi che si susseguono in corrispondenza della barra di progressione, noterete come il plugin crea diversi backup in sequenza.

Azioni:

Prossimo Backup programmato: Files: Nessuna schedulazione.
Database: Contemporaneamente al backup dei file
Ora attuale: Thu, January 8, 2015 17:55

Esecuzione ultimo backup: Nessun backup è stato completato.

Backup in corso: Thu, January 8, 2015 18:24 - Ultima attività: 0s fa - [Mostra log](#) - [elimina programmazione](#)

Creazione di file di backup zip (Plugins)

Ultimo messaggio di Log: Adding batch to zip file (UpdraftPlus_BinZip): over 500 files added on this batch (20.4 Mb, 4786 files batched, 501 (2505) added so far); re-opening (prior size: 6959.5 Kb) (gen 08 18:24:40)
[Scarica il file di log più recente](#)

Figura 13.3 – La barra di progressione che indica il susseguirsi delle operazioni di backup; si noti il messaggio di log in basso e la specifica della cartella di cui viene creato il file di backup compresso, in questo caso quella dei plugin.

Una volta completata l'operazione, cliccate sulla seconda scheda, Backup Esistenti, che potrebbe riportare ancora il valore zero fra parentesi non essendo stata ancora aggiornata la schermata.

Nel momento in cui visualizzate la nuova schermata (Figura 13.4) dovrebbe in ogni caso essere aggiornato il valore tra parentesi ed essere visibili cinque pulsanti, collegati rispettivamente ai file compressi contenenti il database e le cartelle di plugin, temi, media (uploads) e altri file aggiuntivi. UpdraftPlus, infatti, suddivide il backup in più archivi compressi, facilitando in questo modo sia il loro salvataggio sia il ripristino individuale.

UpdraftPlus Backup/Restore

UpdraftPlus.Com | [Notizie](#) | [Twitter](#) | [Premium](#) | [Supporto](#) | [Vai alla homepage dello sviluppatore](#) | [FAQs](#) | [Altri plugin](#) - Versione: 1.9.46

Stato Attuale

Backup Esistenti (1)

Settaggi

Strumenti di Debug per esperti

Benvenuto in UpdraftPlus! Per fare un backup, è sufficiente premere il pulsante Backup Now. Per modificare le impostazioni predefinite di ciò che si vuole backuppare, per configurare i backup pianificati, per inviare i backup all'archiviazione remota (consigliato), e per altro ancora, andare alla scheda delle Impostazioni.

Le tue impostazioni sono state cancellate.

Spazio sul server web in uso da UpdraftPlus: 97.1 Mb [aggiorna](#)

Altre attività: [Carica i file di backup](#) | [Ripetere la scansione cartella locale per i nuovi set di backup](#) | [Scansione storage remoto](#)

Data Backup

Dati di backup (clicca per scaricare)

Azioni

Jan 08, 2015 18:24

Figura 13.4 – La scheda Backup Esistenti dopo l'esecuzione del primo backup; si notino i pulsanti collegati ai diversi file di backup e, a destra, quelli per il ripristino e la cancellazione dei file stessi.

Se desiderate conservare una copia dei file di backup offline, sul vostro computer, potete cliccare su ognuno dei pulsanti e, una volta che il file è pronto (Figura 13.5), utilizzare il pulsante Scarica sul tuo computer per avviare il download di una copia e conservarla offline. L'altra copia sarà conservata sullo spazio di hosting del sito finché non deciderete deliberatamente di cancellarla usando il pulsante Cancella dal tuo web server o di cancellare tutto il set di backup usando il pulsante rosso Cancella.

Per ripristinare il database oppure una delle cartelle, potete usare il pulsante Ripristino e selezionare ciò che dovrà essere ricostituito. Il ripristino potrà avvenire anche da un file che avete conservato offline usando il link Carica i file di backup visualizzato in alto a sinistra (Figura 13.5).

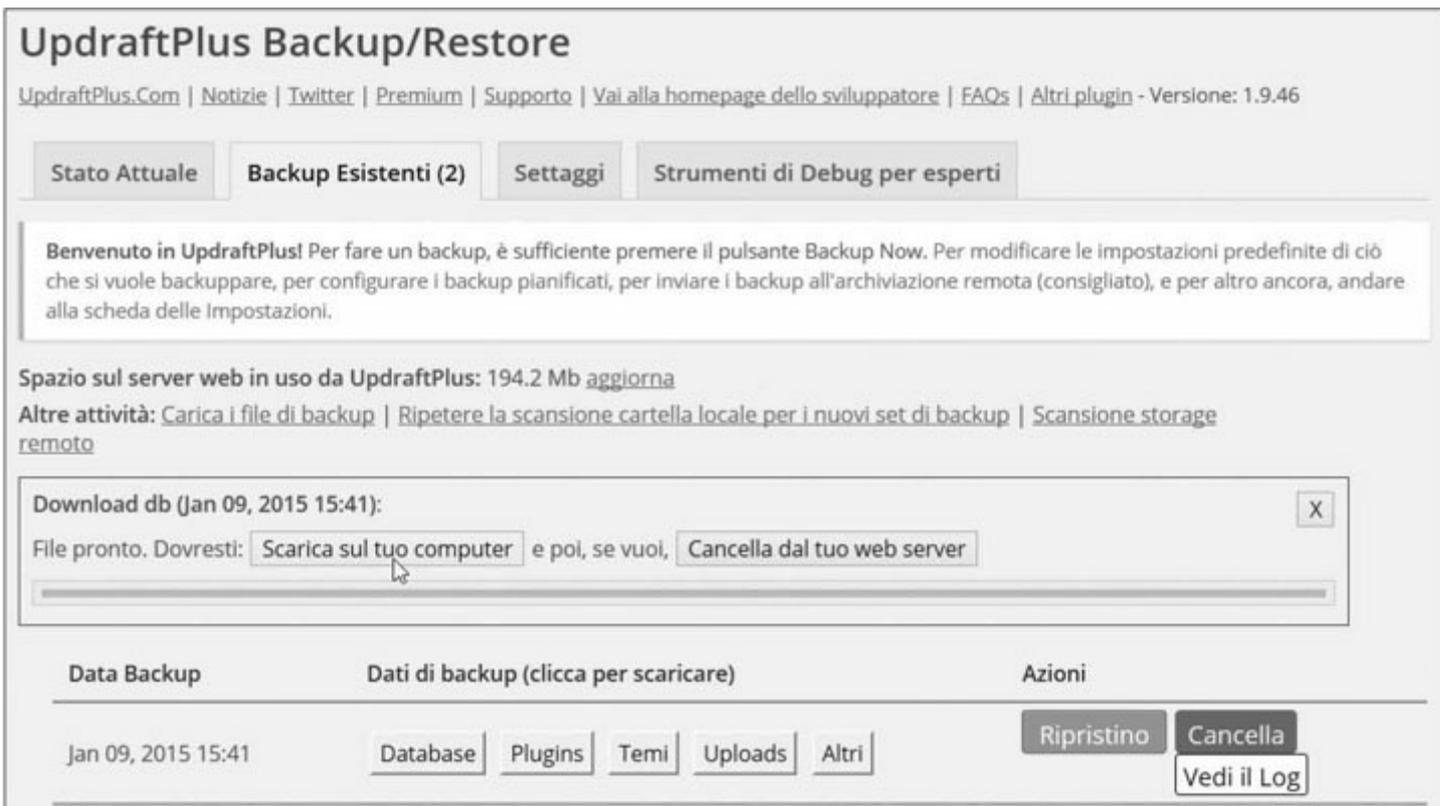


Figura 13.5 – Il file di backup del database pronto per il download e la conseguente archiviazione offline; si noti il pulsante Cancella dal tuo web server che permette di rimuovere il file dallo spazio di hosting del sito.

nota

Il ripristino riporta allo stato precedente, conservato nel backup, il sito intero o parte di esso e può essere utile sia in situazioni di instabilità successive a operazioni di aggiornamento parziale o totale di WordPress, sia in seguito a danni provocati da attacchi informatici o di altro tipo. I file creati da UpdraftPlus possono essere anche utilizzati per operazioni di ripristino manuale, qualora l'interfaccia del plugin non sia più raggiungibile, per esempio quando l'area di amministrazione di WordPress diventa inaccessibile.

Nella terza scheda, Settaggi, potrete infine impostare diverse opzioni se desiderate personalizzare le operazioni di backup, escludendo per esempio alcune cartelle o includendone altre, programmando i backup in modo che siano eseguiti in automatico a distanza di ore, giorni, settimane o mesi e decidendo quante copie dovranno essere conservate prima di rimuovere quelle precedenti, oppure configurando una destinazione remota in cui creare una seconda copia di backup, per esempio uno spazio FTP oppure un servizio cloud come Google Drive, DropBox o altri.

Non tutte le opzioni presenti sono abilitate nella versione gratuita del plugin, ma quelle essenziali sono tutte presenti, il che garantisce l'utilità e la praticità di una soluzione come questa per avere sempre una copia di sicurezza del sito. Per eventuali approfondimenti su questo e altri metodi di backup e in particolare quello manuale, vi rimando, come sempre, al sito del libro e ad altre pubblicazioni che trattano in modo particolare l'argomento della manutenzione e della sicurezza, i cui titoli saranno elencati nelle letture consigliate sul sito del libro.

nota

Le operazioni di configurazione dei vari tipi di backup esterno di UpdraftPlus, così come i metodi di backup manuale o alternativi, richiederebbero uno spazio che esula dagli obiettivi di questo volume. Per queste e altre informazioni utili nella gestione di WordPress rimando come sempre al libro "WordPress – Guida Completa" e al suo sito wpaz.it.

Aggiornamenti di WordPress

Uno dei metodi più efficaci per mantenere la stabilità e la sicurezza del vostro sito è il periodico aggiornamento di WordPress e dei suoi componenti, ovvero temi e plugin, dal momento che tale aggiornamento è spesso volto proprio a correggere eventuali punti deboli che si rivelano nel tempo e rappresentano delle falle attraverso cui i pirati informatici possono accedere. Prima di affrontare la sicurezza nel paragrafo finale di questo capitolo, quindi, è opportuno dare un rapido sguardo alla questione degli aggiornamenti. Gli aggiornamenti disponibili sono segnalati automaticamente nella schermata raggiungibile cliccando su *Bacheca* → *Aggiornamenti* (Figura 13.6) oppure nelle schermate specifiche dei temi e dei plugin, e possono essere eseguiti automaticamente selezionando i componenti che presentano la disponibilità di una nuova versione e cliccando sul pulsante di aggiornamento corrispondente.

È buona norma, tuttavia, mantenere una pianificazione regolare dei backup in modo da essere pronti, in caso di problemi, a ripristinare temi o plugin (o addirittura l'intero CMS) alla versione precedente, senza dimenticare il database che, come abbiamo visto, è l'elemento più importante. I problemi possono nascere, infatti, anche da un semplice aggiornamento, per esempio quando la nuova versione di un componente si dovesse rivelare incompatibile con gli altri componenti presenti oppure quando ci fosse un problema di compatibilità fra uno o più componenti e lo stesso WordPress. La prudenza, come si suole dire, non è mai troppa.

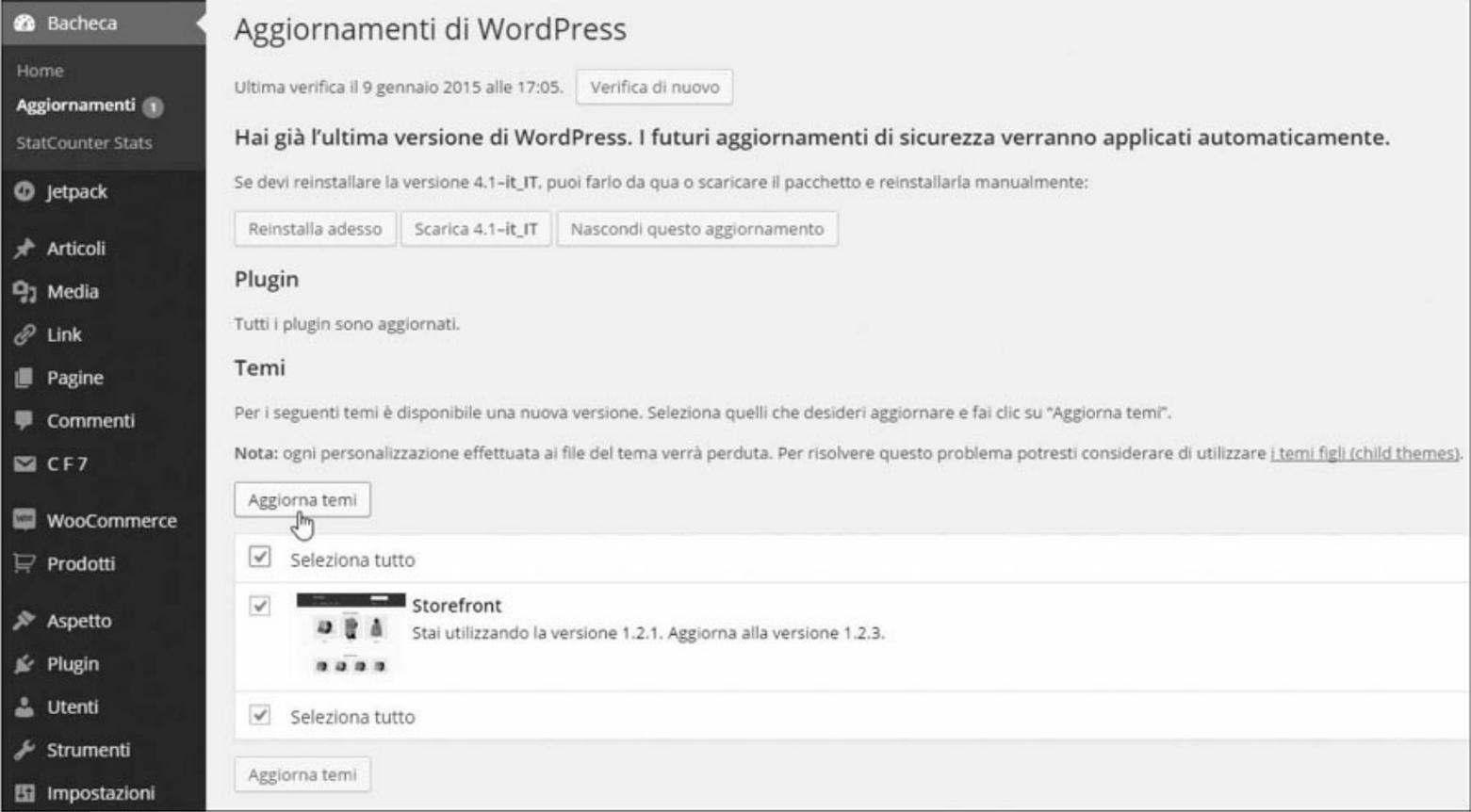


Figura 13.6 – La schermata degli aggiornamenti di WordPress, raggiungibili dalla voce Aggiornamenti del menu Bacheca nell’area di amministrazione del CMS; si noti la disponibilità di una nuova versione del tema Storefront e il messaggio che confermano l’aggiornamento già avvenuto per WordPress e i plugin.

È possibile, naturalmente, aggiornare i singoli componenti (temi e plugin) accedendo alle rispettive aree di amministrazione, in particolare nel caso dei plugin, dal momento che si tratta spesso di elementi attivi, a differenza dei temi di cui è attivo sempre solo uno fra quelli caricati. La presenza di aggiornamenti viene segnalata da un numero cerchiato, sia nel menu della Bacheca, sia nei menu specifici di temi e plugin.

Qualora notiate, per esempio, uno o più aggiornamenti di fianco alla voce Plugins della barra laterale di amministrazione di WordPress, potrete cliccare sul menu e accedere alla schermata dei plugin installati, cliccando quindi sul link Aggiornamenti disponibili per visualizzare tutte le nuove versioni segnalate per i diversi plugin (Figura 13.7) e di seguito sul link aggiorna adesso in corrispondenza di ognuno di essi per procedere con lo specifico aggiornamento.

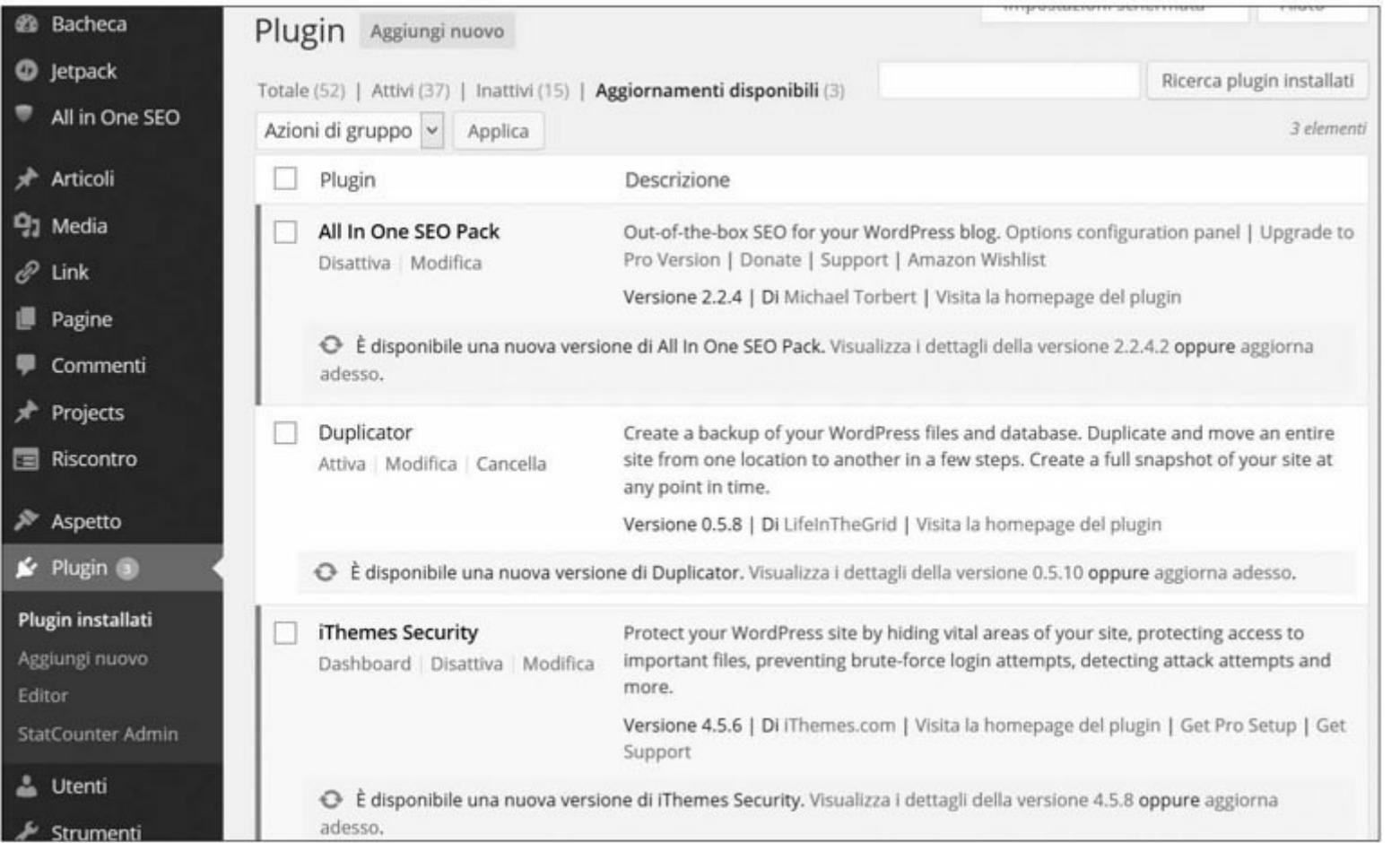


Figura 13.7 – La schermata degli aggiornamenti disponibili per i plugin; si noti il link di aggiornamento individuale presente nella parte inferiore di ogni riquadro.

Sicurezza in WordPress

I fattori che determinano la sicurezza di un sito sono diversi e cominciano dal tipo di hosting scelto. L'utilizzo di un hosting condiviso, quello per intenderci in cui rientrano i pacchetti più economici, è sicuramente fra i meno adatti da questo punto di vista, poiché sullo stesso server dove avete installato il vostro sito sono ospitati centinaia o addirittura migliaia di altri siti che potrebbero non essere gestiti correttamente e rivelare quindi pericolose falle di sicurezza tali da coinvolgere tutti gli altri siti presenti sullo stesso spazio di hosting. Il primo consiglio, quindi, è di scegliere, nel caso di un e-commerce, un hosting di livello superiore, eventualmente su server virtuale (VPS).

Un altro consiglio è di adottare delle misure che proteggano il processo di login del sito, inserendo il cosiddetto "captcha", il codice di controllo visuale in cui vi siete sicuramente già imbattuti su vari siti, ed eventualmente modificando l'indirizzo di login del sito stesso. In questo modo riuscirete a bloccare la maggior parte dei tentativi di accesso da parte di pirati informatici, che avvengono quotidianamente a vostra insaputa in quanto sono basati su dei software che scandagliano il Web e attaccano ogni sito che corrisponda a determinate caratteristiche, per esempio i siti realizzati con CMS come WordPress. Per creare i due tipi di protezione appena descritti, potete usare appositi plugin e in questo

capitolo ne saranno illustrati proprio due fra quelli più noti e facili da utilizzare. Il primo plugin è *Better Login Security and History*, che una volta installato e attivato aggiunge una voce omonima al menu Impostazioni di WordPress da cui accedere alle sue semplicissime impostazioni. La schermata principale del plugin è composta da due schede, di cui la prima (*Login History*) servirà soltanto a visualizzare tutti gli accessi successivi all'area amministrativa del sito, mentre la seconda (*Login Security Options*) è quella che contiene le impostazioni vere e proprie (Figura 13.8).

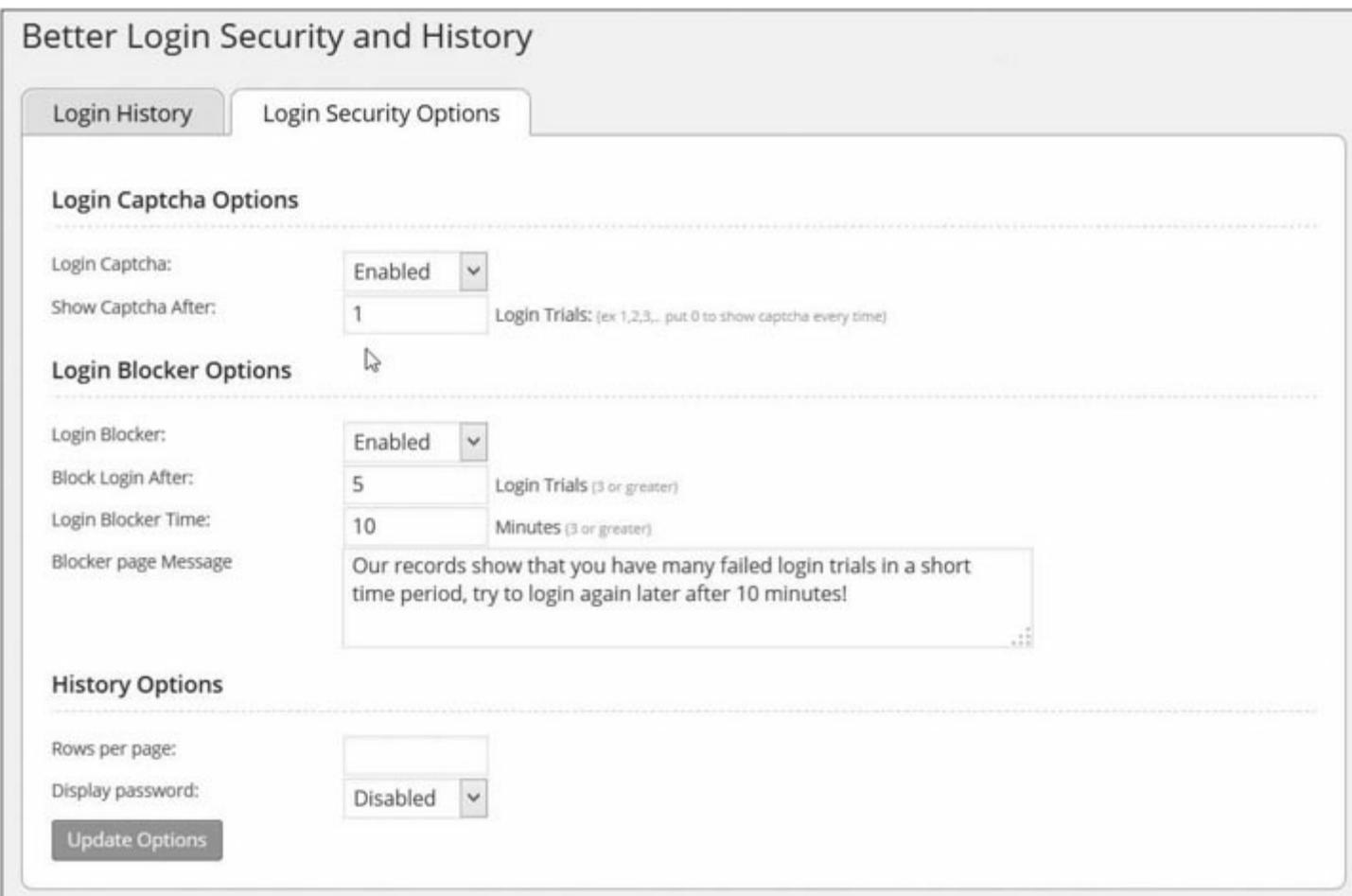


Figura 13.8 – La scheda *Login Security Options* del plugin *Better Login Security and History*, con le opzioni relative all'utilizzo del captcha e al blocco degli utenti.

In teoria non avreste bisogno di modificare nessuna delle impostazioni predefinite, a parte *Show Captcha After*, che decide dopo quanti tentativi di accesso dovrà essere visualizzato il captcha e inizialmente è impostata sul valore uno, quindi potete impostarla su zero se volete che il codice di verifica sia visualizzato sin dal primo accesso. Potete inoltre personalizzare il numero di tentativi dopo i quali l'utente viene bloccato con *Block Login After* e la durata del blocco stesso con *Login Blocker Time*. Questa misura riesce già da sola a ridurre notevolmente i tentativi di accesso pericolosi tramite login, detti "brute force attack" (attacchi a forza bruta).

Un'ulteriore protezione per l'accesso all'area amministrativa del sito si ottiene con il plugin *Rename wp-login.php*, che come suggerisce il nome permette di rinominare l'indirizzo di login standard utilizzato da WordPress con qualcosa di personalizzato. Una volta installato e attivato, il plugin visualizza direttamente la nuova opzione inserita nella schermata Permalink delle impostazioni di WordPress (Figura 13.9) dove è sufficiente sostituire eventualmente la parola "login" proposta dal plugin con un termine diverso, cliccando infine sul pulsante *Salva* le modifiche per confermare. Se preferite lasciare il termine predefinito potete ovviamente limitarvi a cliccare sul pulsante.



Figura 13.9 – Le opzioni aggiunte da *Rename wp-login.php* alla schermata dei permalink nelle impostazioni di WordPress, che viene appunto visualizzata subito dopo l'attivazione, permettendovi di modificare l'indirizzo di login del sito; si noti la parola login suggerita per l'indirizzo.

Sarà fondamentale ricordare, in seguito, il nuovo indirizzo di login e comunicarlo eventualmente agli utenti che accedono dal login standard di WordPress, per es. altri amministratori del negozio o redattori del blog, visto che l'indirizzo nel formato *nomesito/wp-admin* e *nomesito/wp-login.php* non funzionerà più finché il plugin è attivo. Naturalmente ciò non occorre per gli utenti registrati al negozio, dal momento che potranno accedere come sempre dalla pagina dell'account di WooCommerce.

Quelli appena descritti sono solo due esempi di protezione per WordPress, ma vi permetteranno di proteggervi da uno dei tipi di attacchi più pericolosi e frequenti. L'argomento della sicurezza è vastissimo, tuttavia, ed è fondamentale per i siti di e-commerce visto che coinvolgono transazioni economiche e registrazione di dati sensibili, quindi vi invito ad approfondire questo aspetto e soprattutto a non trascurarlo, ricordando anche la possibilità di acquistare dal vostro fornitore di hosting un certificato SSL da usare per le pagine di registrazione e login degli utenti del negozio, come spiegato in precedenza.

nota

Se volete estendere ulteriormente le misure di sicurezza del vostro sito potete adottare plugin specializzati e completi come Wordfence oppure iThemes Security, sul cui utilizzo trovate informazioni e istruzioni complete sul sito wpaz.it nella sezione dedicata appunto alla sicurezza.

Così come è possibile ampliare le caratteristiche e funzionalità di WordPress usando plugin specializzati per quasi ogni genere di obiettivo, anche WooCommerce può essere potenziato per mezzo di componenti simili, progettati in modo specifico per aggiungere nuove funzioni o estendere quelle già presenti nella versione gratuita.

Alcuni di questi componenti sono gratuiti, ma la maggior parte è a pagamento e disponibile con prezzi che variano da poche decine di dollari a diverse centinaia.

In questo capitolo conclusivo proverò a fornirvi, oltre alle indicazioni sulle fonti utili, anche qualche esempio delle più diffuse categorie di estensioni e plugin, ricordandovi che ognuno di questi componenti ha una sua configurazione particolare e sarebbe impossibile trattarli in modo approfondito, quindi dovrete ricorrere alla specifica documentazione (purtroppo quasi sempre in inglese) inclusa nel file compresso del componente o sul sito dello sviluppatore e all'assistenza offerta da quest'ultimo.

Estensioni e plugin per WooCommerce

Ci sono tre fonti principali da cui è possibile attingere per individuare eventuali plugin ed estensioni da utilizzare con WooCommerce. Qui di seguito trovate la loro descrizione e il link diretto per consultare l'elenco dei componenti disponibili, che sarà ovviamente visualizzato su più pagine visto il numero considerevole di elementi.

La prima è naturalmente l'area dei plugin gratuiti su WordPress.org (wpaz.it/174), dove la ricerca della parola "WooCommerce" produce la visualizzazione di un elenco di oltre mille plugin gratuiti (Figura 14.1), distribuiti su decine di pagine.

The screenshot shows the WordPress.org Plugin Directory search results for 'woocommerce'. The page header includes the WordPress logo, the site name 'WORDPRESS.ORG', and a search bar. The navigation menu contains links for Showcase, Themes, Plugins, Mobile, Support, Get Involved, About, Blog, and Hosting. A 'Download WordPress' button is also visible. The main content area is titled 'Plugin Directory' and includes a welcome message for the user 'bonaventuradibello'. On the left, there is a sidebar with categories like 'Extending WordPress', 'Plugins', 'Themes', 'Mobile', 'Ideas', 'Kvetch!', and 'Popular Tags'. The main search results show a search bar with 'woocommerce' entered and a 'Search Plugins' button. Below the search bar, there are sorting options: 'Sort by' with radio buttons for 'Relevance' (selected), 'Newest', 'Most Popular', and 'Highest Rated'. The results show 'Showing 9-16 of 1,194 plugins'. Two plugins are visible: 'WooCommerce Multilingual - run WooCommerce with WPML' and 'WooCommerce EU VAT Compliance'. Each plugin entry includes a thumbnail, the plugin name, a brief description, version, update date, download count, and average rating.

Figura 14.1 – Una delle pagine prodotte dalla ricerca di plugin associati a WooCommerce sul sito di WordPress.org; si noti la presenza di plugin importanti come WooCommerce Multilingual o WooCommerce EU VAT Compliance.

Trattandosi in questo caso di plugin gratuiti, non sempre la loro qualità o reale utilità saranno tali da soddisfare esigenze particolari, per le quali è quasi sempre necessario ricorrere, infatti, a componenti commerciali. Alcuni dei plugin presenti nell'elenco, inoltre, saranno versioni gratuite e limitate di un prodotto commerciale, e richiederanno quindi l'acquisto di quest'ultimo per avere tutte le caratteristiche disponibili.

Per quanto riguarda i componenti commerciali, la scelta ricade inevitabilmente su due fonti principali, che si differenziano soprattutto per il prezzo, nonostante in questo caso prezzi più alti non significhino necessariamente maggiore qualità o quantità di caratteristiche disponibili.

La fonte ufficiale delle estensioni per WooCommerce è naturalmente WooThemes (wpaz.it/175), che offre anche una serie di estensioni gratuite visualizzabili cliccando sul link [Fr e e](#) a sinistra della pagina principale (Figura 14.2).

Le estensioni disponibili sul sito ufficiale sono comunque sviluppate da team e sviluppatori diversi, il che non garantisce la loro assoluta compatibilità reciproca e l'assistenza, nonostante in molti casi il costo della licenza sia piuttosto elevato.

La terza e ultima fonte, che offre solo ed esclusivamente plugin commerciali, è Code-Canyon (wpaz.it/177) e in questo caso i prezzi dei componenti sono quasi sempre bassi (Figura 14.3), nonostante la buona qualità della maggior parte dei prodotti, il che costituisce una notevole concorrenza nei confronti delle estensioni offerte sul sito ufficiale.

Free

Free Extensions for WooCommerce

SIGN UP FOR A FREE ACCOUNT

Gain access to our free themes & plugins

Free

- All Extensions
- Accounting
- Free**
- Import and Export
- Marketing
- Misc
- Payment Gateways
- Products

Staff Favorites

Pay with Amazon is embedded

Product Add-ons

Allow your customers to

Table Rate Shipping

Advanced, flexible shipping.

Figura 14.2 – Le estensioni gratuite disponibili assieme a quelle commerciali sul sito ufficiale di WooCommerce; si noti il link *Free* a sinistra, che permette di filtrarle rispetto a tutte quelle disponibili.

515 WooCommerce Plugins

- View as: List
- Sort by: Best match
- Added: Any date

Category: WordPress x eCommerce x WooCommerce x Clear all filters

	<p>WooCommerce Brands</p> <p>proword</p>	<p>in WordPress / eCommerce / WooCommerce</p> <p>Compatible Browsers: IE8, IE9, IE10, IE11, Firefox, Safari, Opera, Chrome, Compatible With: WPML, WooCommerce 2.1.x, WooCommerce 2.0.x, WooCommerce 1.6.x, Software Version: WordPress 3.9, WordPress 3.8, WordPress 3.7, WordPress 3.6, WordPress 3.5</p>	<p>\$19</p> <p>★★★★☆</p> <p>16 ratings</p> <p>379 Sales</p>
	<p>WooCommerce Membership</p> <p>RightPress</p>	<p>in WordPress / eCommerce / WooCommerce</p> <p>High Resolution: Yes, Compatible Browsers: IE8, IE9, IE10, IE11, Firefox, Safari, Opera, Chrome, Compatible With: WooCommerce 2.2.x, WooCommerce 2.1.x, WooCommerce 2.0.x, Software Version: WordPress 4.1, WordPress 4.0, WordPress 3.9, WordPress 3.8, WordPress</p>	<p>\$24</p> <p>★★★★☆</p> <p>7 ratings</p>

Figura 14.3 – Una parte dei plugin per WooCommerce disponibili su CodeCanyon; si notino i prezzi più bassi rispetto alle estensioni commerciali presenti sul sito ufficiale di WooThemes.

Per ognuno dei plugin di CodeCanyon è disponibile una scheda completa con le informazioni sulle caratteristiche, il voto e i commenti degli utenti, un'anteprima dal vivo e a volte anche una versione dimostrativa online che ne permette il test prima dell'acquisto. Prima di procedere con quest'ultimo, inoltre, è possibile inviare delle domande agli sviluppatori dall'area dei commenti per ottenere informazioni aggiuntive o specifiche.

nota

Sul sito del libro, ecommercewp.it, saranno periodicamente segnalati particolari plugin ed estensioni, sia in forma gratuita sia commerciale, con una breve descrizione e il relativo link, pertanto siete invitati a consultare quando possibile il sito stesso.

A questo punto, non rimane che elencare alcune delle più comuni categorie di estensioni per WooCommerce, per darvi un'idea delle possibilità offerte da questo tipo di componenti e permettervi una ricerca più mirata. L'elenco non segue un ordine preciso di importanza e non contiene ovviamente quei generi che non contano abbastanza prodotti da poter essere considerati:

- Personalizzazione**
Di questo gruppo fanno parte i plugin che permettono di intervenire sul modo in cui i prodotti sono presentati, eliminando o aggiungendo elementi oppure modificandone stile e struttura al di là del tema scelto. Il loro effetto può essere limitato alla scheda del singolo prodotto oppure sulle pagine e gli elenchi di prodotti e agli elementi di interfaccia come pulsanti, badge (bollini) e così via. Una parte di questi plugin agisce, infine, in modo specifico sul criterio con cui sono gestite le immagini dei prodotti, per esempio lo zoom a sfioramento o la visualizzazione panoramica a 360 gradi.
- Gestione spedizioni e fatturazione**
In questa categoria rientrano, per esempio, tutti i plugin collegati con i vari corrieri internazionali (DHL, UPS, FedEx ecc.), ma anche quelli che permettono di calcolare le spese in base alle distanze oppure al peso. Sono inclusi anche i plugin per il calcolo delle tempistiche in fase d'acquisto e per la successiva tracciatura della spedizione.
- Gestione gateway di pagamento e valuta**
Diffusi soprattutto all'estero e in particolare negli USA dove i servizi di pagamento digitale online sono molto più diversificati e vanno oltre le comuni carte di credito, includendo anche le estensioni per la gestione multi-valuta nel commercio internazionale. Molti di questi plugin sono progettati per migliorare l'interazione con PayPal.

4. Marketing
Un'altra categoria molto ampia in cui si possono includere sia i plugin che gestiscono prezzi e sconti, sia quelli che aggiungono funzioni come la "lista dei desideri" (wishlist) oppure la "confezione regalo" (giftwrap). Ne fanno parte ovviamente anche i plugin collegati ai servizi di mailing list, come MailPoet o MailChimp, oppure quelli che visualizzano coccarde e bollini abbinabili ai prodotti. Infine, in questa categoria possono essere inclusi anche i plugin che gestiscono l'abbinamento "attivo" con i social network.
5. Gestione prodotti e marchi
Con i plugin che fanno parte di questa categoria la gestione dei prodotti viene ampliata sia a livello amministrativo sia per gli utenti. Si può, per esempio, migliorarne l'ordinamento e la selezione con filtri più potenti, associarli a determinati marchi, personalizzarli a seconda del cliente e così via. Inoltre, si possono introdurre nella scheda prodotto degli elementi di interfaccia per la selezione delle variazioni o la personalizzazione (per es. l'incisione su metallo).
6. Reportistica, esportazione e importazione
Dalle statistiche sul fatturato e sui profitti all'esportazione e importazione di dati relativi ai prodotti, alle vendite o ai clienti, in questa categoria si possono includere numerosi plugin. Le possibilità di reportistica sono davvero molte e permettono di ottenere dati preziosi su particolari tipologie di prodotti usando per esempio le tassonomie nei filtri.
7. Integrazione
Con il termine "integrazione" si intende in genere l'aggiunta di un particolare elemento di interfaccia o funzionalità a WooCommerce. È il caso dei plugin che integrano funzioni per la prenotazione di servizi, biglietti o alloggi, oppure quelli che aggiungono le funzioni per le aste online o ancora quelli per la gestione di abbonamenti con pagamento ricorrente, iscrizioni a servizi (membership, didattica ecc.) e simili. Infine, in questa categoria rientrano anche i plugin che aggiungono elementi per modificare in modo radicale l'estetica del sito (dagli *slider* a veri e propri *builder* per la composizione visuale delle pagine) e quelli specializzati per la SEO lato e-commerce.

Il numero dei plugin disponibili per WooCommerce è davvero vasto e in continuo aumento, quindi vi consiglio di consultare periodicamente sia il sito del libro, per eventuali suggerimenti e segnalazioni, sia le tre fonti principali indicate a inizio capitolo.

nota

Nella scelta di un plugin, assicuratevi sempre che sia dichiarato come "traducibile" se dovete usarlo su un sito in italiano. Questa caratteristica viene a volte indicata con la dicitura "translation ready" oppure "WPML compatible" nell'elenco delle caratteristiche, quindi, se mancassero indicazioni di questo tipo, inviate eventualmente una richiesta di informazioni allo sviluppatore per avere conferma.

Nel resto di questo capitolo saranno presentati, utilizzando dei casi specifici di applicazione, alcuni plugin che possono risultare utili in varie situazioni nell'utilizzo di WooCommerce, naturalmente senza alcuna pretesa di esaurire l'argomento considerata la vastità dello stesso.

Personalizzazione del modulo di checkout

Una delle esigenze più sentite da chi sviluppa siti e-commerce con WordPress e WooCommerce è sicuramente quella di personalizzare i campi del modulo utilizzato nella fase di checkout per la registrazione del nuovo utente/cliente. *WooCommerce Checkout Manager* (wpaz.it/179) può rappresentare una soluzione facile ed economica, poiché si tratta di un plugin gratuito che una volta installato aggiunge una voce omonima al menu Impostazioni di WordPress, cliccando sulla quale si accede a una schermata di impostazioni (Figura 14.4), che elenca tutti i campi previsti dal modulo di registrazione utilizzato nel checkout, permettendo la loro esclusione o modifica.

Nome campo	Rimuovi campo interamente	Rimuovere attributo obbligatorio	Sostituire Etichetta Nome	Sostituire il segnaposto Nome
Selezionare tutte le caselle in questa colonna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Nome	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Cognome	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
nazione	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Telefono	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
email	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
azienda	<input type="checkbox"/>		<input type="text"/>	<input type="text"/>
Order Notes	<input type="checkbox"/>		<input type="text"/>	<input type="text"/>
indirizzo 1	<input type="checkbox"/>			

Figura 14.4 – La parte superiore della lunghissima schermata di configurazione di WooCommerce Checkout Manager; si noti in alto il banner che promuove l'acquisto della più completa versione commerciale e, in basso, alcuni dei campi personalizzabili del form di checkout.

Il plugin suddivide l'elenco dei campi nelle due aree del form, quella di fatturazione e spedizione, alle quali segue un'area che permette di aggiungere nuovi campi consentendo così un'ulteriore personalizzazione della pagina di registrazione del nuovo cliente. In quest'ultima è possibile inserire, per esempio, campi da compilare che risultino assenti nel modulo predefinito, come il codice fiscale e/o la partita IVA, oppure campi di selezione e conferma come quello per il consenso al trattamento dei dati personali. La versione commerciale del plugin, acquistabile per mezzo del link visualizzato nella parte alta della schermata di configurazione, aggiunge una serie di campi addizionali con formati diversi, come quello per l'inserimento di testo o di password, la selezione di un orario e così via.

Semplificazione del checkout

I diversi passaggi contemplati dal processo di checkout dei siti e-commerce in generale possono rappresentare, in molti casi, un deterrente che spinge il potenziale acquirente ad abbandonare l'acquisto. Per questo motivo sono stati sviluppati dei plugin che permettono di snellire la procedura ed evitare quindi quest'effetto negativo.

WooCommerce Quick Checkout (wpaz.it/181) è una delle soluzioni più popolari per questo genere di problema e sull'home page ufficiale (Figura 14.5) è presente un link che permette di osservarne il funzionamento su un sito dove il plugin è installato e attivo.

Introducing a Faster Way to Checkout with **WOO** COMMERCE

Easily decrease the time it takes to complete a purchase in WooCommerce by providing faster options to checkout. Reduce abandoned carts and increase sales with Quick Checkout.

View Demo

Purchase Now

Hover over the image



Happy Ninja



\$35.00

Add to cart

Click Add to Cart

Figura 14.5 – La home page del sito ufficiale del plugin Quick Checkout, dove è possibile cliccare sul pulsante “View Demo” per utilizzare la versione dimostrativa e osservarne così il funzionamento.

La licenza del plugin è disponibile in tre diverse fasce di prezzo e utilizzo: per sito singolo, per 2-5 siti e per 6-15 siti, il che permette un acquisto mirato e soprattutto un risparmio per chi sviluppa siti e-commerce come attività professionale. L'alternativa a questo plugin è *WooCommerce One Page Checkout* (wpaz.it/182), disponibile sul sito ufficiale di WooThemes (Figura 14.6) e anch'esso offerto con tre tipi di licenza per uno o più siti.

WooCommerce One Page Checkout

\$79.00–\$179.00

Make it super fast for customers to purchase with your store. Create special pages where customers can choose products, checkout & pay all on the one page!



Information & Requirements [View documentation for more info](#)

- WooCommerce version 2.2 or higher
- Select your license
- Single site licence (\$79.00)
 - Up to 5 sites (\$129.00)
 - Up to 25 sites (\$179.00)
- Single site licence (\$79.00)

A license entitles you to 1 year of updates and support. Each

DOCS & FAQs

Extension Type:

Marketing, WooCommerce Extensions

Release date:

October 27, 2014

Developer:

Prospress

Version history:

[View changelog](#)

Figura 14.6 – La home page del plugin WooCommerce One Page Checkout, disponibile sul sito ufficiale di WooThemes; si notino le tre diverse licenze disponibili per l'acquisto.

Creazione di fatture stampabili per gli ordini

WooCommerce non prevede la possibilità di produrre una fattura vera e propria, in quanto si limita a trasmettere al cliente una “ricevuta” che in genere non ha le caratteristiche idonee alla fatturazione da noi utilizzata in Italia. Per questo motivo, com'era prevedibile, sono stati sviluppati plugin che aggiungono tale funzionalità permettendone anche la personalizzazione.

Uno dei plugin più interessanti in questo settore è sicuramente *WooCommerce PDF Invoice* (wpaz.it/183), disponibile su CodeCanyon al prezzo di 25 dollari e predisposto per la traduzione e personalizzazione di tutti gli elementi che compariranno in fattura.

L'area di configurazione del plugin, raggiungibile dalla nuova voce PDF Invoices aggiunta alla sezione WooCommerce del backend dopo la sua installazione e attivazione, contiene sei schede che permettono di impostarne ogni aspetto. In particolare, la scheda Localization (Figura 14.7) contiene le voci traducibili mentre le voci Seller & Buyer e Content Blocks permettono rispettivamente di personalizzare le aree della fattura riguardanti i dati dell'azienda e del cliente e i messaggi visualizzati o inviati tramite e-mail.

Date & Time

Date format

dd-mm-yyyy

Field Labels

Invoice

Fattura

Proforma Invoice

Fattura proforma

Invoice Date

Data fattura

Order Amount

Importo ordine

Product

Prodotto

Price

Prezzo

Quantity

Q.tà

Figura 14.7 – La scheda *Localization* nelle impostazioni del plugin WooCommerce PDF Invoices; si noti il menu di scelta per il formato della data e, in basso, alcuni dei campi che è possibile tradurre e che compariranno in fattura.

Aggiunta di schede prodotto personalizzate

Come avete sicuramente notato durante la lettura e l'eventuale esercitazione, ogni prodotto creato con WooCommerce è corredato da una scheda che contiene le relative informazioni e da un'eventuale scheda secondaria quando sono presenti delle variazioni prodotto. In molti casi sorge la necessità di aggiungere altre schede che contengano dati aggiuntivi, operazione che si può fare utilizzando come sempre un plugin dedicato.

Esistono diversi plugin progettati per consentire l'aggiunta di una o più schede a quella standard presente per ogni prodotto. Alcuni di questi sono gratuiti nella loro edizione "ridotta", detta in inglese "lite", e sbloccano tutte le funzionalità nella rispettiva versione a pagamento, mentre altri esistono soltanto in versione commerciale.

WooCommerce Custom Tabs di WebshopLogic (wpaz.it/184), per esempio, nella sua versione gratuita permette di aggiungere una sola scheda, ma può essere sufficiente nella maggior parte delle situazioni. Una volta installato e attivato, il plugin aggiunge una voce omonima alla sezione Impostazioni di WordPress con cui è possibile accedere all'unica schermata di configurazione (Figura 14.8). All'interno di quest'ultima, basta compilare il campo della sezione *Name of your tab* con il nome che si desidera assegnare alla nuova scheda e cliccare sul pulsante *Salva*. Le modifiche presenti nella parte finale della schermata di impostazioni.

Una volta definita la nuova scheda, questa sarà visualizzata nella pagina di creazione e modifica di ogni prodotto (Figura 14.9) immediatamente sotto al pannello di configurazione del prodotto, e sarà possibile assegnarle un titolo (opzionale) e il relativo contenuto, che saranno ovviamente resi disponibili nel frontend quando il pubblico visualizzerà la pagina del prodotto.

WooCommerce Custom Tabs by WebshopLogic

General Settings

Hide empty tabs:
Set this option on to hide empty tabs automatically.

Enable product category dependent product tab pages (PRO):
There are two custom tab types. One of them is visible on all products, the other tab type is displayed only if you assign it to a product category, and the actually displayed product has this category. You can turn on/off this second type of functionality using this checkbox. The other settings can be made in Product Tabs menu. These functionality available in Pro version, and you can test administration of tab pages if you turn on testing of multiple tab administration option in lite version below.

Disable sub category display (PRO):
Do not display tabs assigned to a product sub category, if the main category is not set for the product. These functionality available in Pro version, and you can test administration of tab pages if you turn on testing of multiple tab administration option in lite version below.

Name of your tab (especially for Lite version):
You can use one special tab page independently of multiple tab page handling. In Lite version this tab will be

Figura 14.8 – La schermata di configurazione del plugin WooCommerce Custom Tabs; si noti in basso il campo dell'area *Name of your tab*, in cui andrà digitato il nome che si vuole assegnare alla scheda aggiuntiva del prodotto.

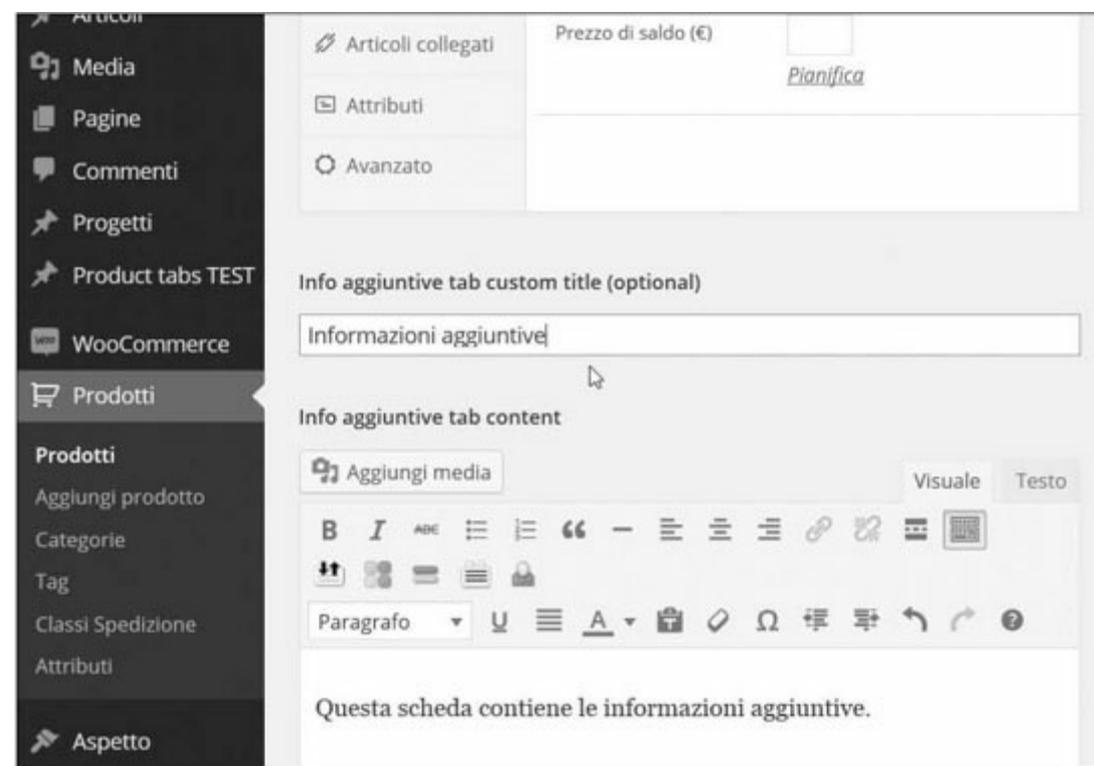


Figura 14.9 – I due campi aggiunti dopo la creazione della scheda personalizzata e visualizzati sotto l'area di configurazione del prodotto; si noti il campo del titolo in alto, che può anche essere lasciato vuoto e prende in questo caso il nome assegnato alla scheda personalizzata in fase di configurazione.

Il contenuto della scheda potrà essere creato con le stesse modalità e gli stessi strumenti utilizzati quando si compone qualsiasi altro contenuto di WordPress, quindi sarà possibile aggiungere testo, immagini e persino video o audio o altri elementi multimediali.

La versione commerciale del plugin permette di aggiungere altre schede e personalizzarne ulteriormente la visualizzazione, per esempio aggiungendo elementi condizionali legati alle categorie di prodotto oppure basati su filtri specifici.

Un'alternativa ugualmente gratuita può essere il plugin *WooCommerce Custom Product Tabs Lite* di SkyVerge (wpaz.it/185), che, a differenza di quello appena visto, aggiunge semplicemente la nuova voce *Custom Tab* al pannello di configurazione di ogni prodotto, cliccando sulla quale viene offerta la possibilità di definire il titolo e il contenuto della nuova scheda personalizzata (Figura 14.10).

In questo caso, nel contenuto della nuova scheda personalizzata potrà essere inserito soltanto del testo, eventualmente formattato utilizzando i tag HTML, in quanto il pannello di strumenti dell'editor standard di WordPress non sarà presente.

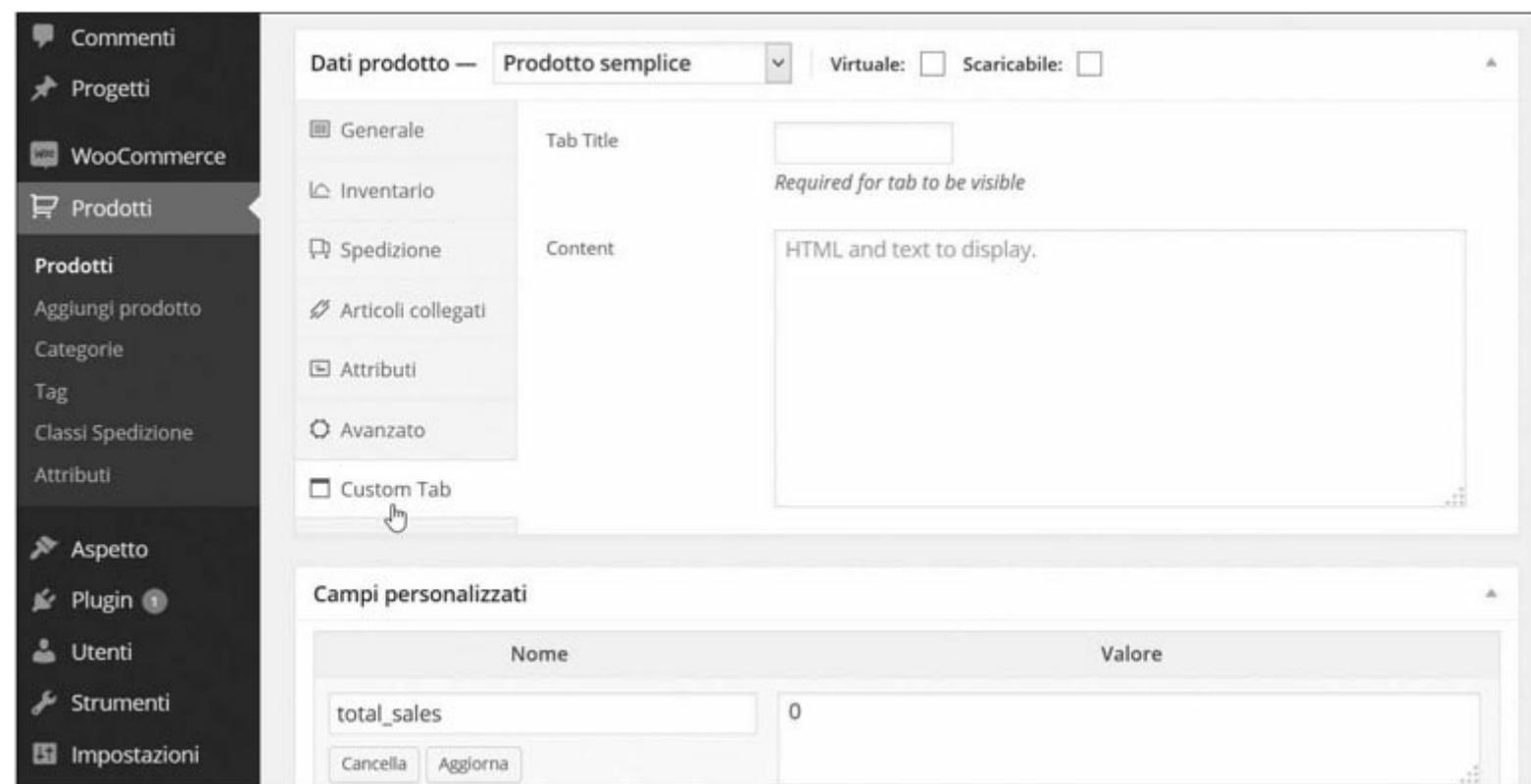


Figura 14.10 – La nuova voce *Custom Tab* aggiunta dal plugin *Custom Product Tabs Lite* al pannello di configurazione dei prodotti di WooCommerce; si noti la possibilità di utilizzare i tag HTML all'interno della descrizione, ma l'assenza degli strumenti di formattazione dell'editor standard di WordPress.

Anche in questo caso l'acquisto della versione commerciale, rappresentata dal plugin *WooCommerce Tab Manager* (wpaz.it/186), permette di aggiungere ulteriori schede personalizzate e configurarle in vari modi. Tuttavia il costo del plugin commerciale è abbastanza alto, circa cento dollari per la licenza singola, contro i 23 dollari della versione commerciale di *WooCommerce Custom Tabs Pro*.

nota

Come spesso accade, le alternative ai plugin commerciali proposti sul sito ufficiale di WooThemes risultano molto più economiche ma altrettanto complete nelle loro funzionalità e nell'assistenza offerta dagli sviluppatori. È importante, quindi, valutare bene la scelta per evitare di sprecare inutilmente denaro nell'acquisto di un plugin "ufficiale" che può essere validamente sostituito da un'alternativa di terze parti.

Creazione e gestione di una "lista dei desideri"

Se avete già acquistato dei prodotti da siti di e-commerce evoluti come Amazon, vi sarà certamente capitato di notare quella funzionalità generalmente definita come "lista dei desideri", ovvero un'opzione che permette ai visitatori del sito di creare una o più "wishlist" (come vengono dette in inglese) in cui memorizzare dei prodotti che potrebbero diventare futuri acquisti. Si tratta di un aspetto molto utile dal punto di vista del marketing ed è possibile aggiungerlo al vostro sito e-commerce facilmente e con poca spesa grazie a un apposito plugin.

In questo caso, uno dei plugin più noti è *Divin WooCommerce Wishlist* (wpaz.it/187) e nonostante il suo prezzo contenuto, 17 dollari al momento di scrivere, offre un'ampia serie di opzioni (Figura 14.11) che consentono di personalizzare in modo accurato ogni aspetto legato alla "lista dei desideri".

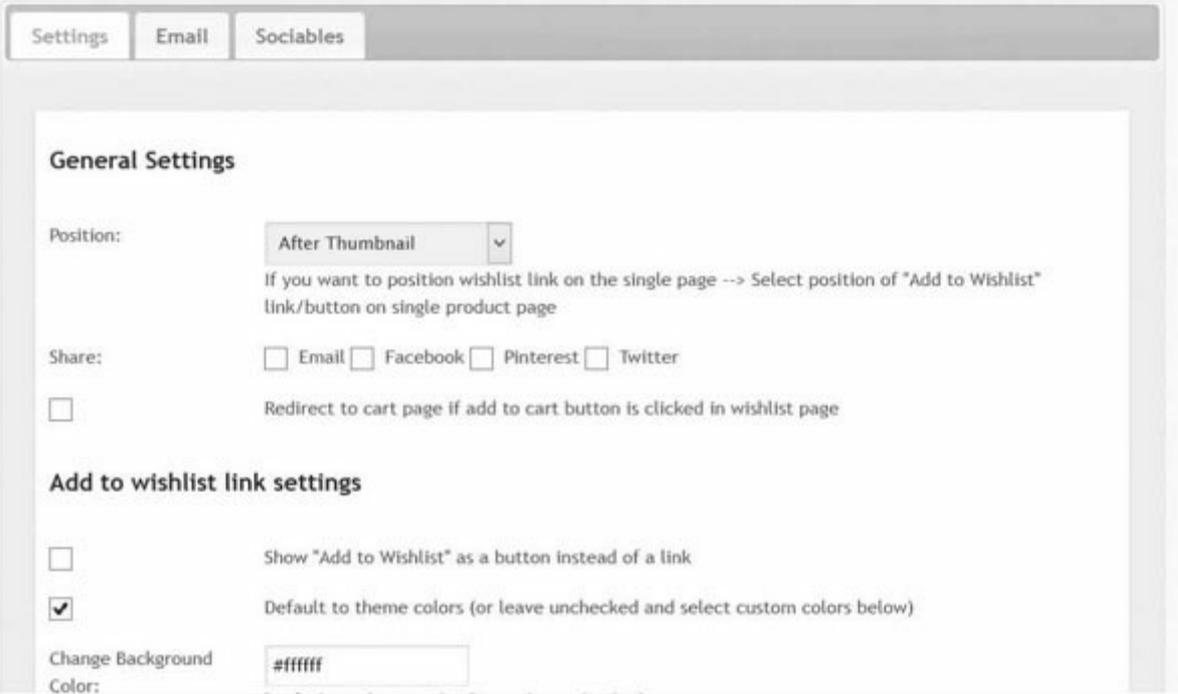


Figura 14.11 – La schermata di configurazione di Dvin WooCommerce Wishlist con una parte delle opzioni disponibili; si notino le tre schede collegate rispettivamente alle impostazioni principali e a quelle di condivisione tramite messaggio e-mail e pulsanti social.

Nelle impostazioni principali del plugin, raggiungibili dalla voce Dvin Wishlist WC aggiunta al menu di amministrazione di WooCommerce, è possibile impostare la visualizzazione del link o pulsante per l'aggiunta del prodotto alla lista dei desideri e quello che infine lo sposta da quest'ultima al carrello. Le opzioni permettono di scegliere fra link o pulsante, dove posizionare ognuno dei due elementi e che stile attribuirgli. È anche presente un'area in cui è possibile inserire del codice CSS su misura per un'ulteriore personalizzazione dello stile di ogni elemento.

Fra i plugin gratuiti, invece, potete provare *YITH Woocommerce Wishlist* di YourInspiration (wpaz.it/192), un'azienda che ha creato vari altri plugin dedicati a WooCommerce e offre all'interno del suo sito anche diversi temi professionali di ottima qualità, disponibili anche in versioni gratuite con funzionalità limitate.

Una volta installato questo plugin aggiunge una nuova voce YIT Plugins all'area amministrativa di WordPress, inserendo al suo interno l'opzione *Lista dei desideri* che vi permette appunto di accedere alla configurazione del plugin, utilizzando un'interfaccia quasi completamente tradotta in italiano (Figura 14.12). Le opzioni disponibili sono diverse e permettono di configurare ogni aspetto in modo abbastanza intuitivo, comprese le modalità di condivisione della lista dei desideri sui social network.

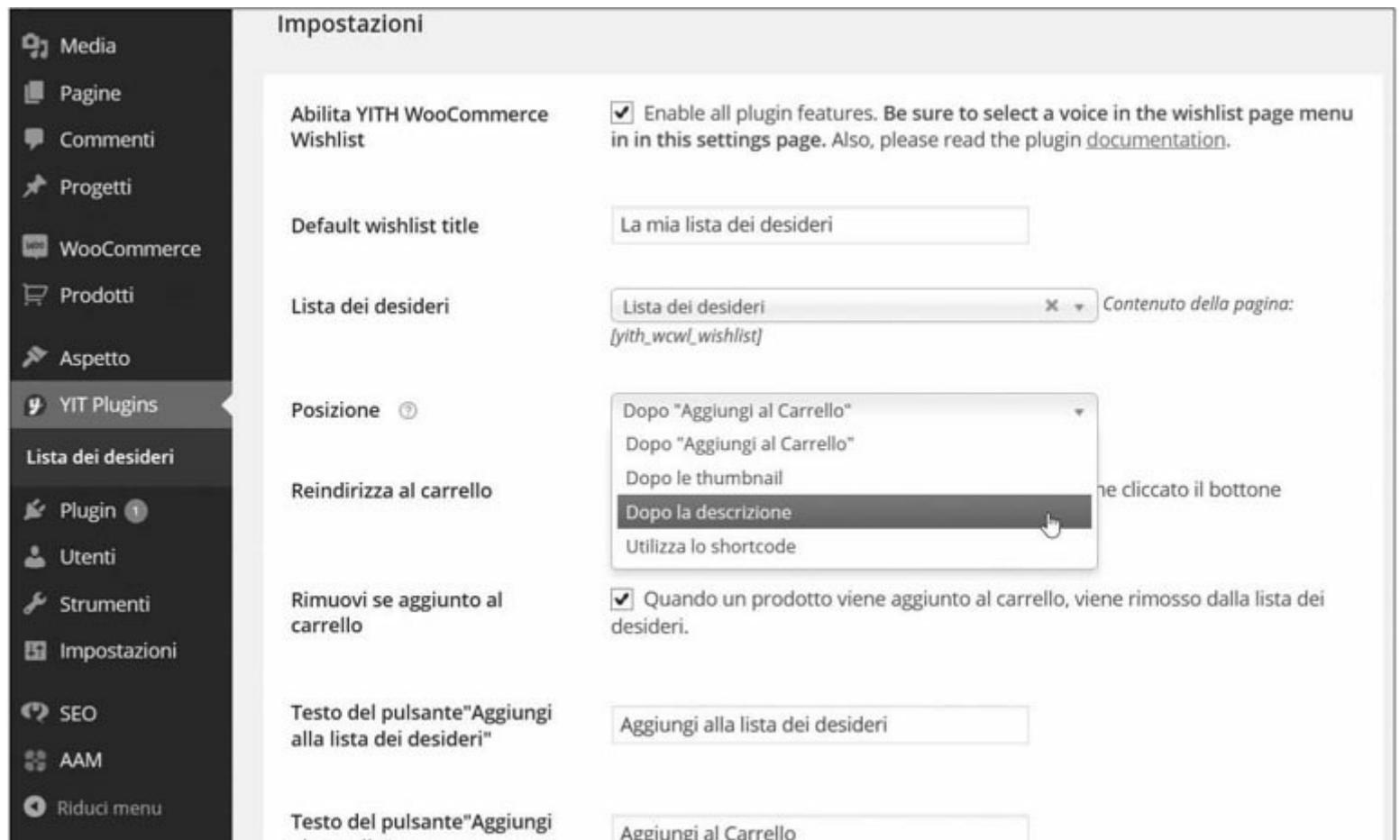


Figura 14.12 – La schermata di configurazione di YITH WooCommerce Wishlist; si noti la nuova voce YIT Plugins nella barra dei comandi di amministrazione di WordPress e, al suo interno, la voce che richiama le impostazioni del plugin.

Infine, sul sito di WooThemes è disponibile anche il plugin *WooCommerce Wishlists* (wpaz.it/191), il cui costo è di ben 79 euro per singola licenza. Come sempre ogni aspetto dello sviluppo può essere gestito gratis, con una spesa minima oppure investendo molto di più, ma il risultato può essere spesso raggiunto anche con le soluzioni più economiche o addirittura quelle gratuite.

Creazione di prodotti "combinati"

Un'altra esigenza molto avvertita nella fase di sviluppo di un e-commerce è quella legata alla creazione di "bundle", cioè insieme di prodotti che, combinandosi, diventano un nuovo prodotto che viene offerto a un prezzo inferiore a quello che i singoli elementi avrebbero avuto in un semplice acquisto cumulativo.

Anche per questa esigenza esistono vari plugin, con approcci diversi e di conseguenza da valutare singolarmente a seconda delle precise necessità. Per esempio, se si vuole semplicemente abbinare dei prodotti omaggio a un prodotto esistente può bastare un plugin come *Chained Products* (wpaz.it/193), distribuito dal sito ufficiale di WooThemes e la cui licenza singola ha un costo di 49 euro al momento di scrivere.

Chained Products si limita ad aggiungere alla sezione *Articoli collegati* del pannello di configurazione dei prodotti una nuova area in basso (Figura 14.13), nella quale si potranno inserire diversi prodotti cliccando sul segno di addizione e cercandoli come al solito attraverso la digitazione parziale del loro nome nel campo di testo visualizzato. Due opzioni poste al di sotto dell'area di aggiunta dei prodotti permettono, rispettivamente, di abilitare la gestione del magazzino per i prodotti inclusi e di aggiornare ordini esistenti contenenti i prodotti selezionati per il "bundle".

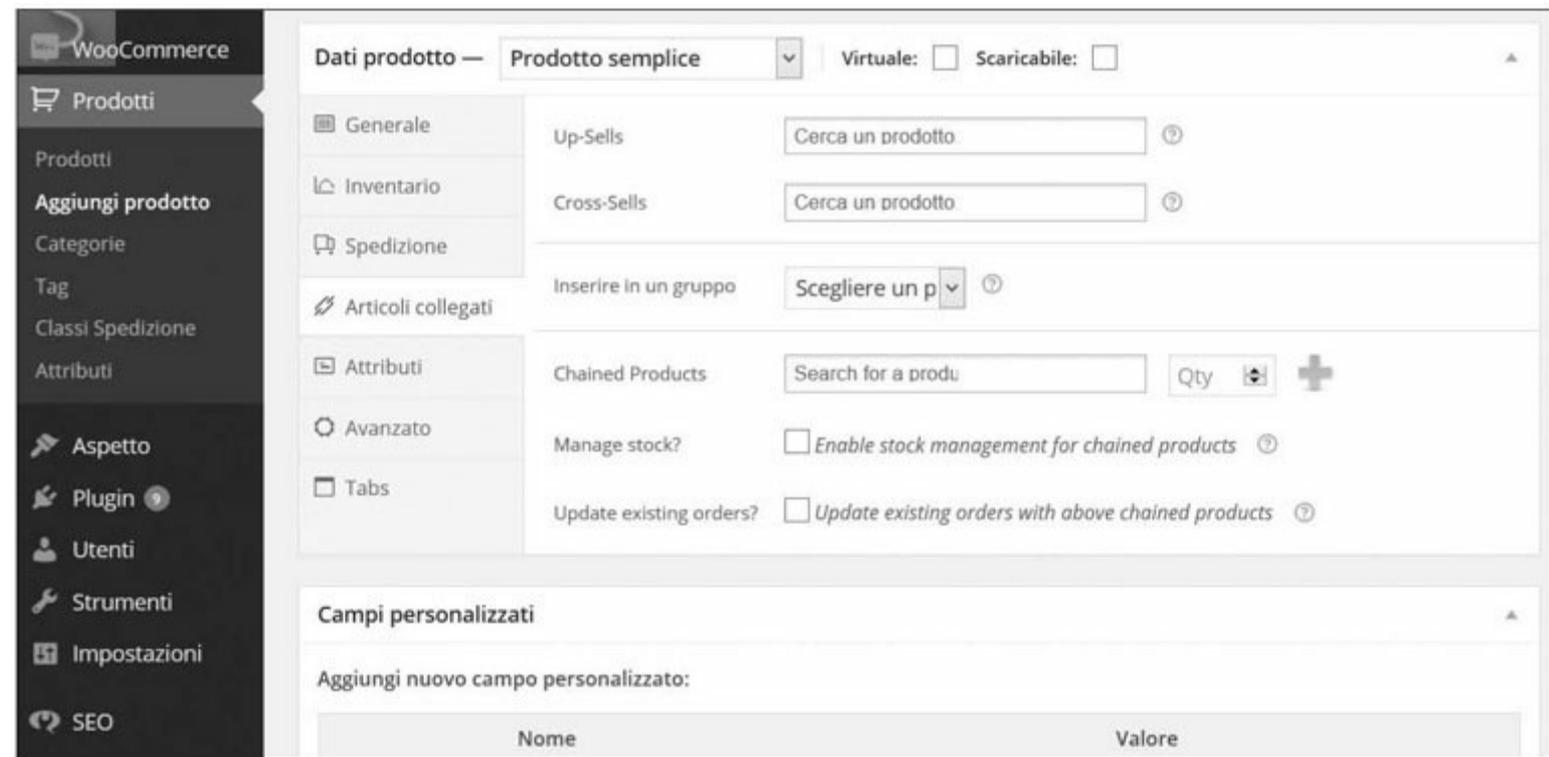


Figura 14.13 – La nuova area aggiunta dal plugin *Chained products* in fondo alla scheda *Articoli collegati* nel pannello di configurazione dei prodotti; si notino le due opzioni in basso che gestiscono rispettivamente la funzione di magazzino e gli ordini esistenti in relazione al "bundle" creato e ai prodotti in esso inclusi.

Una soluzione alternativa a quella appena illustrata potrebbe essere rappresentata dal plugin gratuito *WooCommerce Bundle Style Coupons* (wpaz.it/194), che usa un approccio diverso in quanto utilizza la funzione dei codici sconto già presente in WooCommerce.

Una volta installato, infatti, il plugin aggiunge la voce *Bundle coupon* in fondo alla scheda di configurazione dei codici sconto di WooCommerce (Figura 14.14). Cliccando su questa nuova opzione sarà visualizzato un avviso relativo allo sconto quando l'utente avrà tutti i prodotti inclusi nel coupon presenti nel suo carrello, permettendo così l'utilizzo del codice sconto relativo.

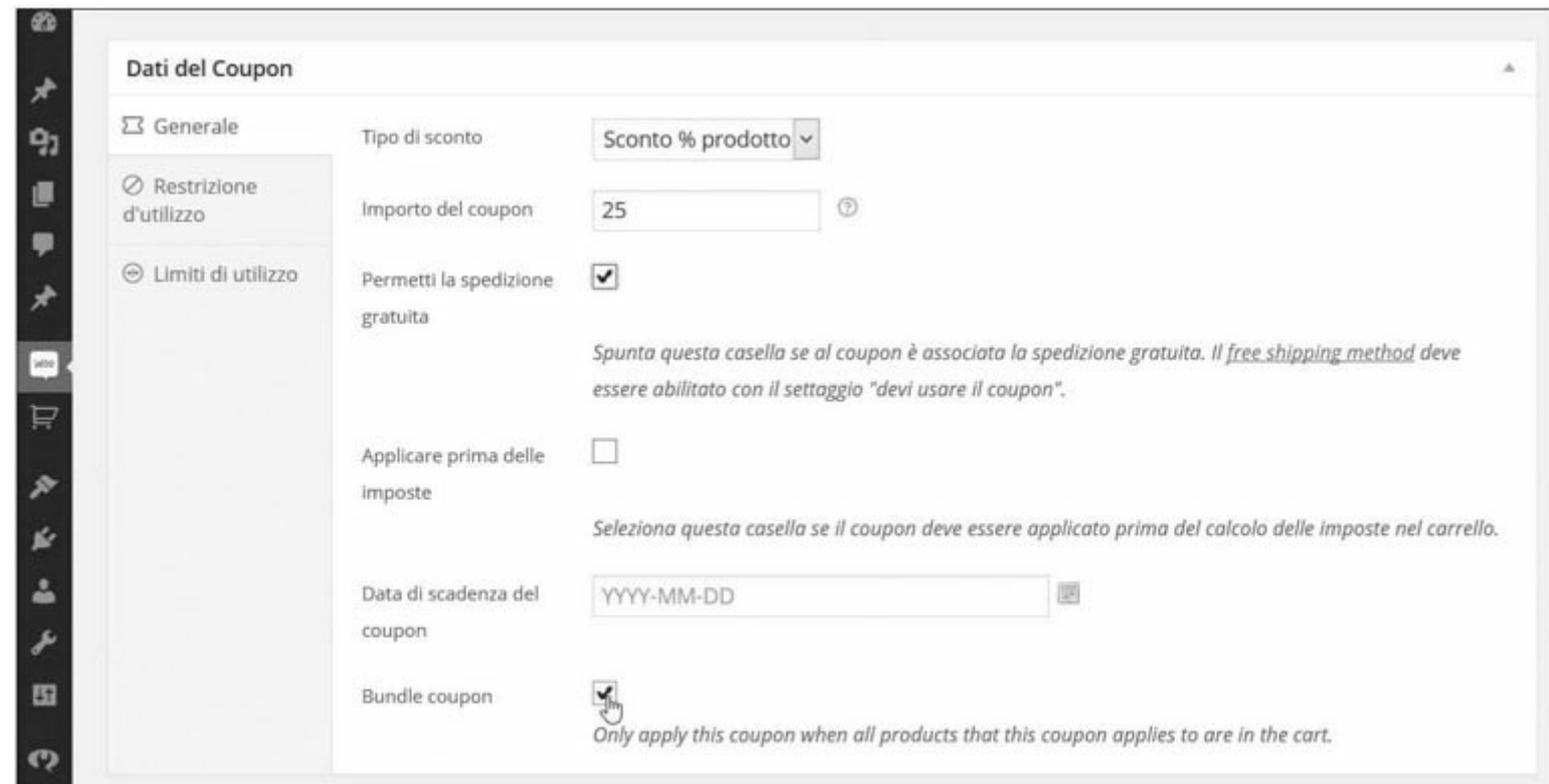


Figura 14.14 – La nuova opzione *Bundle coupon* aggiunta nella scheda di configurazione dei codici sconto di WooCommerce dal plugin *Bundle Style Coupons*.

nota

L'utilizzo dei codici sconto è stato descritto alla fine dell'ottavo capitolo, quindi fate riferimento a tali istruzioni nel caso vogliate utilizzare il plugin appena descritto.

Anche il plugin gratuito *WooCommerce auto added coupons* (wpaz.it/198) può essere utile per inserire delle offerte e applicare i relativi sconti automaticamente quando determinati prodotti sono presenti nel carrello. Come per il plugin precedente, anche in questo caso sarà aggiunta una nuova voce in fondo alla scheda di configurazione dei codici sconto e, una volta attivata, farà in modo che lo sconto sia inserito automaticamente nel riepilogo del carrello quando sono presenti determinati prodotti o condizioni corrispondenti all'offerta, oppure automaticamente eliminato se anche uno solo di tali prodotti o condizioni venisse a mancare. La presenza dello sconto viene comunicata da un testo specifico, senza che sia visualizzato il codice sconto. Inoltre, dalla versione 1.1.0 del plugin, è possibile applicare dei codici sconto al carrello anche per mezzo di un link creato appositamente.

Ugualmente utile, ed eventualmente abbinabile alle soluzioni appena viste, è il plugin gratuito *WooCommerce Add to Cart Custom Redirect* (wpaz.it/201), che aggiunge alle opzioni generali del pannello di configurazione dei prodotti un nuovo campo nel quale è possibile inserire un link a una pagina personalizzata dove il cliente sarà dirottato nel momento in cui aggiunge al carrello il prodotto stesso. In questo modo diventa possibile promuovere con un sistema facile ed efficace particolari iniziative legate a scontistiche e offerte.

Infine, per chi desidera creare dei veri e propri "bundle" è consigliabile il plugin *Product Bundles* (wpaz.it/195), anch'esso distribuito dal sito ufficiale di WooThemes e in grado di offrire molte più opzioni rispetto ai due plugin appena descritti. Oltre a permettere la combinazione di prodotti tanto semplici quanto variabili, con sconti anche diversi per ognuno di essi, infatti, consente di configurare in maniera meticolosa la loro visualizzazione all'interno del prodotto "cumulativo", per esempio facendo in modo che siano utilizzate le rispettive miniature e descrizioni. Il tutto avviene, anche stavolta, per mezzo di una nuova scheda, *Bundled Products*, aggiunta al pannello di configurazione dei prodotti.

Utilizzo del sito come catalogo (senza acquisto)

In alcune circostanze può essere utile configurare un sito e-commerce in modo che non permetta la vendita vera e propria in automatico, ovvero come se fosse un semplice catalogo da sfogliare per i cui prodotti è consentito al massimo richiedere delle informazioni per mezzo di un form.

Anche in questo caso è possibile utilizzare tanto i plugin gratuiti quanto quelli a pagamento e come sempre si cercherà di capire se i primi sono sufficienti a soddisfare le esigenze che possono sorgere in fase di sviluppo del sito.

Un plugin dall'utilizzo molto semplice è *YITH WooCommerce Catalog Mode* (wpaz.it/196), infatti, basta installarlo e configurarlo per eliminare immediatamente il pulsante d'acquisto dai prodotti e rendere così il sito una semplice "vetrina".

Una volta installato e attivato, il plugin aggiunge, se non già presente per installazioni precedenti (si veda il paragrafo 6), la nuova voce *YIT Plugins* alla barra laterale dei menu di amministrazione di WordPress, inserendo al suo interno l'opzione *Catalog Mode*. Cliccando su quest'ultima si accede alla schermata delle impostazioni (Figura 14.15), dove è possibile configurare diverse funzionalità del plugin.

La schermata di configurazione è divisa in due aree, la prima dedicata alle impostazioni globali e la seconda a quelle specifiche per i pulsanti e le pagine corrispondenti alle fasi di acquisto dei prodotti e pagamento.

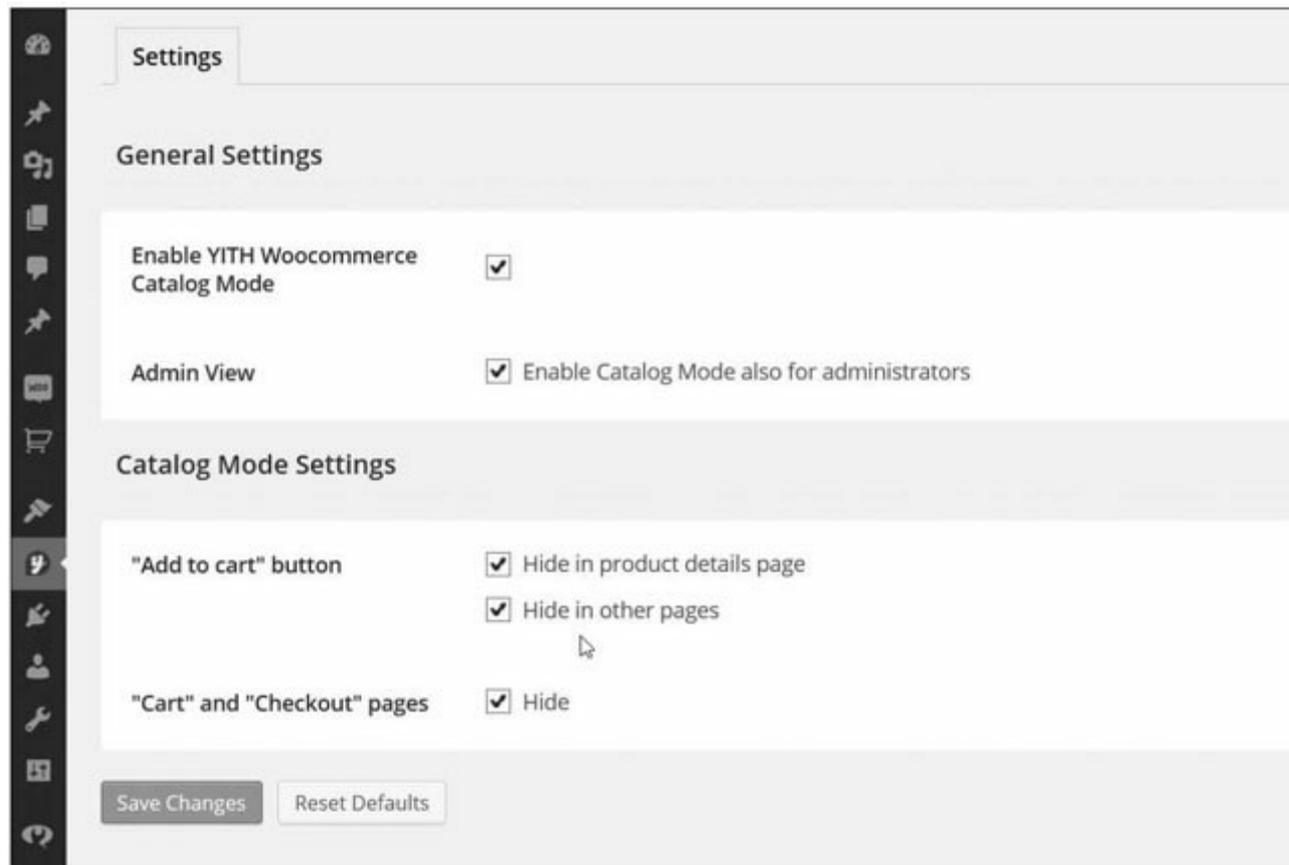


Figura 14.15 – La schermata di configurazione del plugin YITH WooCommerce Catalog Mode, con le due diverse aree dedicate rispettivamente alle impostazioni globali e a quelle specifiche relative ai pulsanti e le pagine di acquisto e carrello.

Nella sezione in alto, *General Settings*, si attiva la "modalità catalogo" con la prima opzione, mentre con la seconda si estende questa modalità anche agli amministratori del sito. Nella seconda sezione, *Catalog Mode Settings*, è possibile nascondere il pulsante "aggiungi al carrello" nella scheda del singolo prodotto e in tutte le altre pagine, usando le prime due opzioni rispettivamente, e nascondere completamente la pagina del "carrello" e quella di checkout con la terza e ultima opzione. Come sempre, le impostazioni andranno confermate usando il pulsante *Save Changes* in basso.

Questo plugin, quindi, si limita a disabilitare le funzioni d'acquisto nascondendo dall'interfaccia del sito gli elementi (pulsanti e pagine) coinvolti nel processo di aggiunta di prodotti al carrello e in quello di pagamento.

Un plugin simile ma dotato di maggiori possibilità di configurazione, fra cui l'applicazione della modalità catalogo a specifiche categorie di prodotto, è *WooCommerce Catalog* (wpaz.it/202), anch'esso gratuito. Questo plugin aggiunge la voce *WooCommerce Catalog Mode* al menu *Impostazioni* di WordPress, con la quale si accede all'unica, ma estesa, schermata di opzioni dove appunto è possibile attivare la modalità catalogo e, una volta attivata, rimuovere il pulsante *Aggiungi al carrello* oppure sostituirlo eventualmente con un link, per esempio a un modulo di richiesta preventivo e informazioni.

Se, oltre a disabilitare le funzioni d'acquisto volete aggiungere per ogni singolo prodotto la possibilità di inviare una richiesta specifica di informazioni, potrete utilizzare, in alternativa, il plugin *WooCommerce Email Inquiry & Cart Options* (wpaz.it/197), anch'esso gratuito ma con funzionalità limitate, che possono essere sbloccate solo acquistando quelle extra per mezzo delle tre versioni "pro" disponibili e pubblicizzate all'interno di una finestra promozionale visualizzata in alcune delle schermate di configurazione (Figura 14.17). Una volta installato e attivato, questo plugin crea una voce omonima nella barra laterale di amministrazione di WordPress, contenente diverse opzioni, che corrispondono alle rispettive schermate di configurazione (Figura 14.16). Le opzioni principali presenti nella parte alta della schermata principale, *Rules & Roles*, possono essere lasciate così come predefinite, mentre quelle seguenti, inserite in riquadri dal bordo di colore giallo, sono utilizzabili solo con l'upgrade alla versione commerciale del plugin.

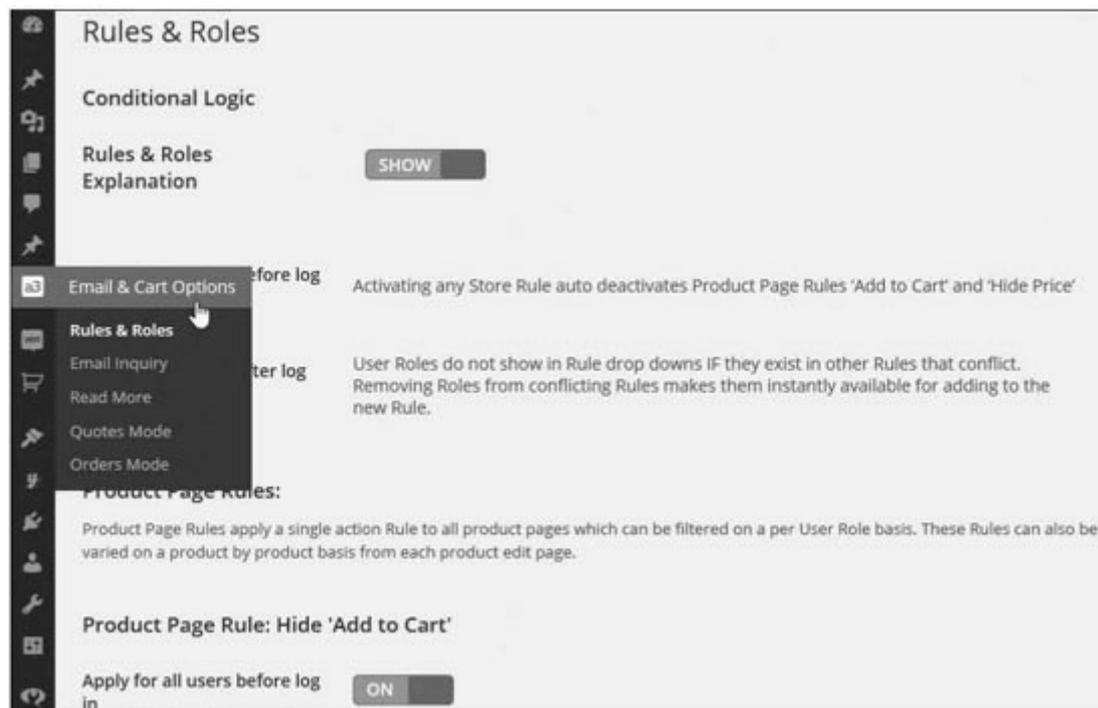


Figura 14.16 – La schermata di configurazione *Rules & Roles* del plugin *WooCommerce Email Inquiry & Cart Options*, che può essere lasciata con le opzioni predefinite o personalizzata a seconda delle esigenze se si acquista la versione "pro" del plugin; si notino a sinistra le diverse voci del nuovo menu *Email & Cart Options*, aggiunto dal plugin alla barra di amministrazione principale di WordPress.

Come scoprirete presto, la maggior parte delle numerose schermate e schede di configurazione contiene opzioni che hanno effetto soltanto se si acquista la versione commerciale del plugin. Grazie a queste funzionalità extra è possibile configurare ogni aspetto, dal modulo visualizzato quando si clicca sul pulsante di richiesta di informazioni (che sostituisce quello di acquisto) e di invio del modulo stesso, ai testi relativi alle richieste di preventivo utilizzate nelle pagine del carrello (Figura 14.17) e ai rispettivi messaggi inviati via e-mail.

Come avrete certamente capito, questo plugin è perfetto per chi vuole realizzare un sito destinato prevalentemente a una vendita non diretta bensì mediata da richieste di preventivo. In tal caso l'investimento di 39 dollari (al momento di scrivere) per la licenza a vita è davvero esiguo considerate le numerose funzionalità che l'acquisto della versione commerciale mette a disposizione.

Impostazioni Pagina Prodotto Widget Carrello **Pagina Carrello** Pagina Checkout Ordine Ricevuto Email Preventivi

Le impostazioni all'interno dei bordi gialli sono funzionalità di Quotes & Orders Version
Aggiorna a [Quotes & Orders Version](#) per attivare queste opzioni.

Customize the Quote (Cart) Page

Quote Mode creates its own template that replaces the WooCommerce Cart page.
Note: The Shipping Options set in WooCommerce settings apply to this template.

Quote Page Title *Replace Cart page name*

Update Quote Button *Text that displays instead of 'Update Cart' on the button.*

Details and Send Button *Text that displays instead of 'Proceed to Checkout ->' on the button*

Quote Note Message that shows above the table on the cart page.
 Visuale Testo

WooCommerce Email Inquiry & Cart Options Pro Funzioni:

1. Regola: Nascondi i prezzi dei prodotti
2. Email e Carrello
3. Crea un negozio misto con 'aggiungi al carrello' e descrizione dei prodotti.
4. Realizza un pulsante Richiesta Email in WYSIWYG.
5. Realizza un form pop-up in WYSIWYG.
6. Collegamento ipertestuale anziché un pulsante.

WooCommerce Email Inquiry Ultimate Funzioni:

1. Include tutte le funzionalità di Email Inquiry e Cart Option Pro.
2. Massima integrazione con Gravity Forms, Contact Form 7.
3. Form di Richiesta personalizzati usando il codice di Gravity Forms.
4. Form di Richiesta personalizzati usando il codice di Contact Form 7.

Figura 14.17 – La scheda di configurazione del testo riguardante la richiesta di preventivo attivabile nella pagina del carrello; si notino le altre schede che consentono una personalizzazione di tutte le funzionalità disponibili nella versione commerciale e il riquadro a destra che promuove l'acquisto di quest'ultima.

nota

Verificate sempre, prima di acquistare un plugin, che la data dell'aggiornamento più recente non sia troppo lontana nel tempo. In questo modo avrete una maggiore garanzia di poter contare su un prodotto la cui sicurezza e compatibilità viene mantenuta nel tempo.

Un'alternativa più economica, ma altrettanto funzionale e flessibile al plugin appena descritto, può essere *WooCommerce Catalog Mode* di *global trend soft* (wpaz.it/199), che permette di passare facilmente dalla modalità "catalogo" a quella di vendita diretta e di personalizzare pulsanti e link utilizzati al posto del prezzo per la richiesta di informazioni e preventivo sui prodotti ([Figura 14.18](#)).

Come ultima soluzione alternativa a questo tipo di esigenza, infine, posso consigliarvi il plugin *Boopis WooCommerce RFQ* (wpaz.it/200), che si limita a sostituire la scritta *Gratis!* visualizzata per i prodotti con prezzo uguale a zero con il testo *Request quote* e il pulsante *Inquire*, che non essendo direttamente traducibili dalla schermata di configurazione o per mezzo di un file di lingua, dovranno essere modificati manualmente nel codice agendo su uno dei file del plugin (si veda nota seguente), come tutte le altre scritte visualizzate successivamente per il modulo di richiesta.

WooCommerce Catalog Mode

Item Details Comments Support

VER: 2.0
WOOCOMMERCE CATALOG MODE

- > EASY TO USE
- > PLUG AND PLAY
- > SHOP/CATALOG MODE SWITCHING
- > WITH/WITHOUT PRICE TAG
- > CUSTOM BUTTON SUPPORT
- > CUSTOM LINK REDIRECTION
- > BUTTON COLOR CUSTOMIZATION

global trend soft
WooCommerce

Live Preview Screenshots Share f g+ t p

Regular License **\$15**

Use, by you or one client, in a single end product which end users are not charged for. The total price includes the item price and a buyer fee.

License details | Why buy with Envato

global-trend

About This Plugin

Figura 14.18 – La pagina del plugin WooCommerce Catalog Mode sul sito di CodeCanyon; si noti il prezzo particolarmente contenuto.

Per ottenere la sostituzione della scritta e del pulsante e l'attivazione del modulo di richiesta nei prodotti gratuiti basta attivare l'opzione `Check to replace price` nella schermata di configurazione (Figura 14.19), ricordandosi ovviamente di assegnare il valore zero per il prezzo dei prodotti desiderati. Le altre due opzioni `Add Product Name` e `Add Product SKU` permettono rispettivamente di inserire in automatico il nome e il codice del prodotto nei relativi campi all'interno del modulo di richiesta informazioni e preventivo. Purtroppo l'impossibilità di tradurre il plugin con i sistemi standard di localizzazione lo rende inadatto a chi non ha esperienza nella modifica dei file di codice, tuttavia ho voluto menzionarlo per dare la possibilità ai più esperti di intervenire su tali file (in questo caso `form.php` e `override.php`) e adattare così il plugin alla lingua italiana.

nota

Quando un plugin non dispone di opzioni dirette per la traduzione dei testi utilizzati nel frontend e non è presente fra i suoi file neanche il file di lingua per la localizzazione, è necessario intervenire direttamente sul codice presente all'interno dei suoi file, operazione ovviamente sconsigliata a chi non ha dimestichezza con questo genere di interventi. I più esperti potranno invece usare un editor di codice come NotePad++ o simili per cercare e sostituire le stringhe di testo nella cartella decompressa del plugin, dopo averlo scaricato sul proprio computer, per poi ricomprimerla e installare il plugin così tradotto con l'opzione `Carica plugin`.

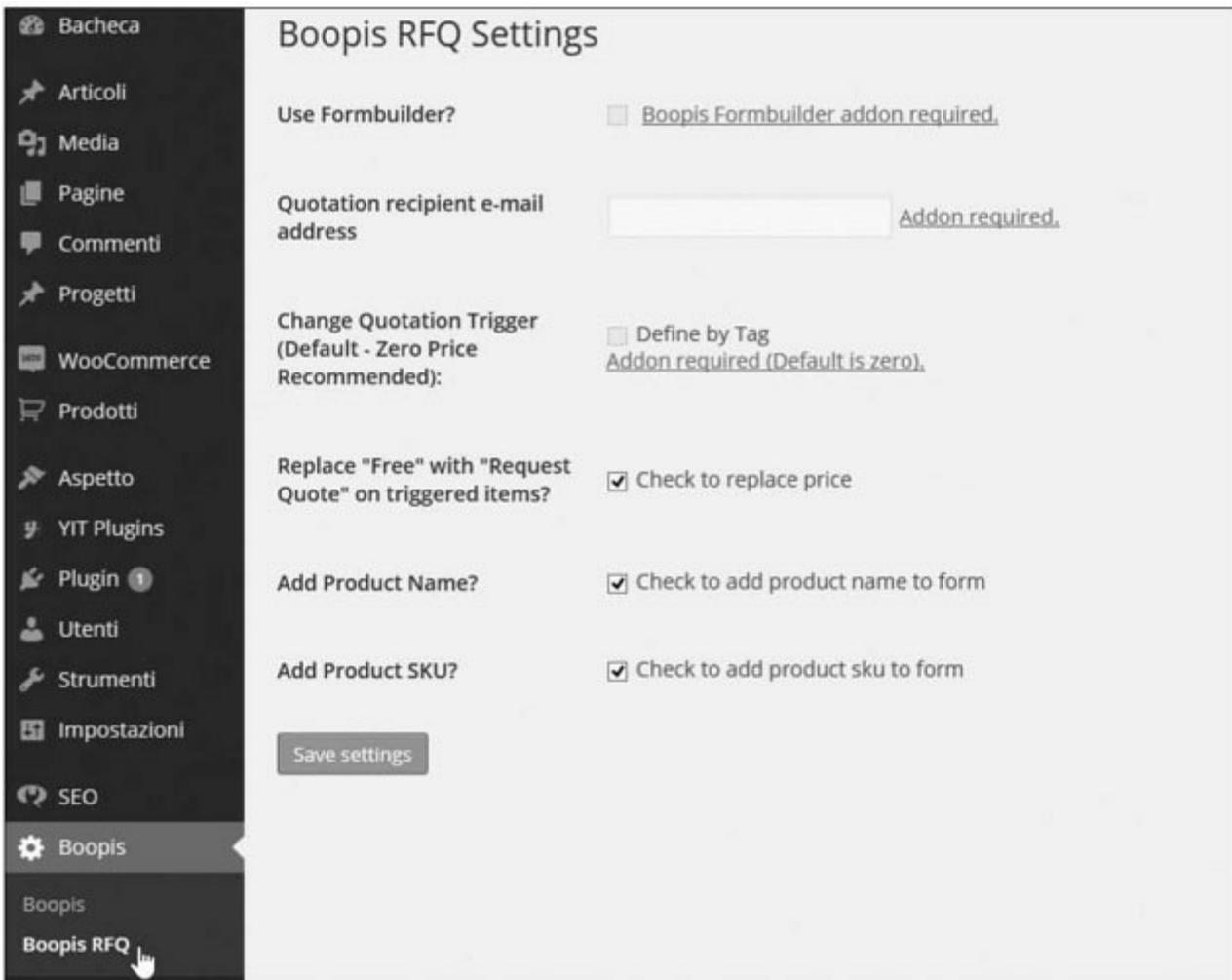


Figura 14.19 – La schermata di configurazione del plugin Boopis RFQ Settings; si noti l'opzione *Check to replace price* che attiva la sostituzione della scritta *Gratis!* e la visualizzazione del pulsante collegato al modulo di richieste informazioni.

Rassegna di plugin gratuiti e “freemium”

Come si è visto finora, moltissimi plugin possono essere sufficienti a soddisfare le varie esigenze che nascono durante lo sviluppo di un sito e-commerce anche nella loro forma gratuita, per quanto spesso si tratti di plugin “freemium” (da “free” e “premium”), cioè dotati di funzionalità solo in parte abilitate e con la possibilità di rendere disponibili quelle inizialmente inattive con l'acquisto della versione commerciale o l'aggiunta di ulteriori estensioni a pagamento.

Nella rassegna che segue sono elencati una serie di plugin adattati alle diverse esigenze non affrontate nei paragrafi precedenti, come sempre senza alcuna pretesa di contemplare ogni possibile necessità, visto che ci troviamo di fronte a un argomento vastissimo. Ciononostante in questo come nell'elenco del prossimo paragrafo troverete certamente degli spunti e dei suggerimenti utili e interessanti per i vostri progetti di e-commerce. Passiamo quindi alla rassegna di plugin gratuiti e freemium:

1. **WooCommerce EU VAT Assistant**
Permette di applicare alla vendita la normativa di adeguamento introdotta dal primo gennaio 2015 in relazione all'aliquota IVA specifica per la nazione dell'acquirente. (wpaz.it/203)
2. **Cookie Notice by dFactory**
Anche se non strettamente correlato all'e-commerce, questo plugin sarà sicuramente da adottare su quei siti di commercio elettronico che fanno uso di cookie per tracciare le preferenze degli utenti. (wpaz.it/204)
3. **WooCommerce Compare Products**
Permette di confrontare due o più prodotti in base alle loro caratteristiche, una funzione spesso presente soltanto sui siti di commercio elettronico più evoluti. (wpaz.it/205)
4. **WooCommerce Predictive Search**
Aggiunge a WooCommerce la funzione di auto-completamento nella ricerca durante la digitazione, individuando i prodotti in tempo reale e visualizzandone la miniatura e le informazioni in modo che gli utenti possano visionarli semplicemente cliccando sull'anteprima. (wpaz.it/206)
5. **Cart2Cart: Wp e-commerce to WooCommerce Migration**
Assiste nella migrazione dei dati quando si passa da siti sviluppati con il plugin WP e-commerce a WooCommerce. Anche se il plugin è gratuito, il servizio di migrazione è invece a pagamento e ha un costo basato sul numero di dati da trasferire. (wpaz.it/207)
6. **WooCommerce Price by Country**
Permette di visualizzare prezzi diversi secondo la nazionalità dell'acquirente, con la possibilità di creare anche gruppi di nazioni. Funziona sia con i prodotti semplici sia con quelli variabili e la nazionalità può essere ricavata dai dati di fatturazione o spedizione. (wpaz.it/208)
7. **Import Products from any XML or CSV to WooCommerce**
Da utilizzare in congiunzione con il plugin WP All Import (wpaz.it/210), permette di importare prodotti da un qualsiasi file in formato XML/CSV semplicemente trascinandone i dati fra i diversi campi. (wpaz.it/209)
8. **WooCommerce Product Sort and Display**
Permette di superare il problema della visualizzazione disordinata dei prodotti in WooCommerce aggiungendo la possibilità di controllarla in vari modi, per esempio utilizzando le categorie oppure collocando i prodotti in saldo per primi. (wpaz.it/211)
9. **WooCommerce Widget Product Slider**
Con questo plugin è possibile creare dei veri e propri “slider” di prodotti all'interno di qualsiasi widget, selezionando eventualmente la categoria. Offre diversi tipi di transizione ed è responsive. (wpaz.it/212)
10. **Smart Reporter for WooCommerce and WP eCommerce**
Migliora la reportistica e l'utilizzo delle statistiche presenti in WooCommerce e in WP e-commerce. La versione gratuita permette di visualizzare solo i dati riguardanti il mese appena trascorso. (wpaz.it/213)
11. **WooCommerce Products Quick View**
Aggiunge la funzione di anteprima completa di un singolo prodotto senza la necessità di lasciare la pagina in cui i prodotti sono elencati, con la possibilità di aggiungerlo al carrello direttamente dalla finestra di anteprima che viene visualizzata in sovrapposizione. (wpaz.it/214)
12. **WooCommerce Upload My File**
Consente di caricare un file in abbinamento a un ordine, per esempio quando si richiede un prodotto o servizio al quale è abbinata un'immagine o altro tipo di documento. La versione gratuita è limitata a un unico file, mentre quella a pagamento permette, oltre al caricamento di più file, anche la loro gestione (rinomina, cancellazione ecc.). (wpaz.it/215)
13. **WooCommerce Video Product Tab**
Offre la possibilità di aggiungere un video alle informazioni di un prodotto visualizzandolo all'interno di una scheda aggiuntiva dedicata. (wpaz.it/216)
14. **WooCommerce Customizer**
Permette di agire sulla personalizzazione dei diversi elementi di interfaccia di WooCommerce senza la necessità di utilizzare codice. (wpaz.it/217)
15. **WooCommerce Jetpack**
Questo plugin offre così tante funzionalità che la sua descrizione completa potrebbe riempire un intero capitolo e permette di agire sia sugli elementi di interfaccia sia sulle modalità di funzionamento del negozio. (wpaz.it/218)

Quella appena conclusa è solo una breve rassegna, ma è facile capire quante possibilità di ampliare e potenziare WooCommerce siano disponibili attraverso l'utilizzo di appositi plugin, spesso gratuiti. Nel prossimo paragrafo proverò a elencare e descrivere una serie di plugin a pagamento che potrebbero soddisfare esigenze diverse o comunque complementari.

Rassegna di plugin commerciali

Oltre alla necessità di estendere in molti casi le funzionalità di plugin gratuiti acquistandone la versione a pagamento, ci si può trovare di fronte a esigenze che soltanto un plugin commerciale può soddisfare.

In questi casi la scelta è altrettanto ampia, se non maggiore, di quella offerta dai plugin gratuiti o freemium, anche se i prezzi, come si è già visto, sono diversi e non sempre rispecchiano necessariamente le caratteristiche e la qualità del plugin scelto.

Il consiglio, come sempre, è quello di basarsi sulle recensioni degli altri utenti o di siti e blog specializzati, e di contattare gli sviluppatori per essere certi che il plugin scelto risponda alle proprie necessità e che vi sia effettivamente una garanzia di feedback e di assistenza.

Ecco dunque una breve rassegna di plugin commerciali compatibili con WooCommerce e adatti ad alcune fra le esigenze più comuni di chi sviluppa un sito e-commerce:

- Custom Background and Banner for WooCommerce**
Permette di assegnare uno sfondo grafico e un banner personalizzato sia alle categorie, sia ai singoli prodotti del negozio. (wpaz.it/219)
- WooCommerce Social Login**
Ideale per l'integrazione dell'e-commerce con i profili dei social network dove gli utenti sono già registrati, consente la registrazione rapida cliccando su pulsanti personalizzabili che è possibile inserire tanto nelle pagine, quanto nei widget per mezzo di shortcode. (wpaz.it/220)
- WooCommerce Tabs Pro: Extra Tabs for Product Page**
La soluzione più flessibile per creare schede aggiuntive personalizzate per i prodotti, con la possibilità di realizzare ben 11 tipi diversi di scheda e con varie modalità di visualizzazione, ovviamente responsive. (wpaz.it/224)
- WooCommerce Products Designer**
Ideale per la creazione di prodotti personalizzabili dagli utenti, con la possibilità di utilizzare sia modelli definiti dal gestore del negozio online, sia elementi introdotti dal cliente, di inserire media dai social network e di memorizzare gli elementi creati o inviare file. (wpaz.it/225)
- WooCommerce Dynamic Pricing & Discounts**
Perfetto per gestire in modo completo e flessibile prezzi e sconti utilizzando regole e condizioni applicabili all'intero negozio o a parte di esso, a periodi di tempo, alla fedeltà dei clienti e così via. (wpaz.it/226)
- SUMO Reward Points - WooCommerce Reward System**
Un ottimo plugin per implementare nel vostro negozio online un sistema di "punti fedeltà" basati su fattori diversi come gli acquisti, le recensioni, la condivisione sui social o le raccomandazioni (*referral*). (wpaz.it/227)
- WooCommerce Simple Auctions**
Permette di creare sul proprio negozio online delle vere e proprie aste sullo stile del popolare sito eBay, e gli sviluppatori hanno anche realizzato due temi WordPress dedicati. Dalla pagina di presentazione del plugin è possibile visionare un sito dimostrativo usando l'apposito link. (wpaz.it/229)
- Multiple Images per Variation for WooCommerce**
Normalmente non è possibile assegnare immagini multiple per ogni modifica di un prodotto variabile, ma con questo plugin potrete per esempio visualizzare un indumento nel colore scelto dall'utente e rendere il processo di scelta e acquisto molto più interattivo ed efficace. (wpaz.it/230)
- Fancy Product Designer – WooCommerce Plugin**
Un altro plugin molto popolare per la creazione di prodotti personalizzati. Utilizza l'HTML5 e, oltre ad accettare diversi tipi di file in upload, permette di esportare i modelli dei prodotti realizzati in vari formati. (wpaz.it/231)
- WooCommerce Quick Export Plugin**
La soluzione più efficiente per l'esportazione dei dati di WooCommerce (clienti e relative informazioni, ordini nei vari stati di elaborazione, codici sconto) in formato CSV. (wpaz.it/232)
- WooCommerce Product Filter**
Un ottimo plugin che aggiunge una potente funzione di filtro per i prodotti, permettendo ai clienti di individuare dinamicamente ciò che desiderano. I filtri possono essere applicati a diversi parametri di classificazione dei prodotti, come prezzo, disponibilità, modello e così via. (wpaz.it/233)
- WooCommerce Prices By User Role**
Permette di applicare prezzi e sconti diversi secondo il ruolo utente per i clienti registrati, con la possibilità di utilizzare un sito vetrina visualizzando notifiche associate ai diversi tipi di utente. (wpaz.it/234)
- WooCommerce Advanced Bulk Edit**
Utilissimo per la modifica di più prodotti simultaneamente, permette anche di applicare dei filtri e utilizza un'interfaccia basata su righe e colonne che rende molto semplici e intuitive le operazioni di modifica. (wpaz.it/235)
- WooCommerce Amazon Affiliates**
Con questo plugin è possibile creare un negozio online basato sui prodotti di Amazon e guadagnare attraverso il loro sistema di affiliazione, con un sistema di importazione rapida dei dati che rende il tutto molto facile e veloce. (wpaz.it/236)
- WooCommerce Fundraisers**
Permette di creare un vero e proprio sistema di crowdfunding, cioè una raccolta pubblica di fondi destinati alla realizzazione di progetti. Gestisce date di scadenza e obiettivo finanziario da raggiungere e permette anche l'assegnazione dei premi relativi alle diverse fasce di finanziamento. (wpaz.it/237)

Come nel caso dei plugin gratuiti e freemium elencati nel paragrafo precedente, anche in questo caso l'obiettivo non è quello di coprire ogni possibile esigenza ma piuttosto di mostrare come l'utilizzo di plugin specializzati può consentire di estendere in vari modi le caratteristiche e le funzionalità di un sito di e-commerce. Sul sito ecommercewp.it troverete nuovi suggerimenti e informazioni che non è stato possibile includere in questo volume.

nota

YourInspiration (wpaz.it/228), che è stata già menzionata per due plugin freemium nel paragrafo precedente, mette a disposizione sul suo sito una ricca serie di plugin progettati specificamente per WooCommerce, in forma gratuita/freemium o commerciale, quindi vale sicuramente la pena consultare la pagina relativa, raggiungibile dal link che trovate all'inizio di questa nota.

Un regalo per i lettori

Anche per i lettori di questo volume, così come per quelli di *WordPress – Guida Completa*, ho deciso di includere in appendice a questo nuovo manuale una promozione per l'accesso gratuito e scontato a risorse utili ad approfondire online la conoscenza di WordPress, basata su prodotti e servizi che possono rivelarsi preziosi nel lavoro di sviluppo dei siti.

Collegandovi all'indirizzo ecommercewp.it/omaggiolettori e digitando la password 2015promoecommwp accederete a una pagina riservata in cui troverete uno speciale modulo da inviare, dopo avere inserito i vostri dati e la risposta a una domanda di controllo, per ricevere gratuitamente tre guide in PDF dedicate rispettivamente alla SEO, alla manutenzione e alla sicurezza di WordPress; nel messaggio che riceverete in risposta, inoltre, troverete una serie di sconti e promozioni su videocorsi, training personalizzato via Internet dal vivo e per l'acquisto di pacchetti di hosting e di temi professionali per WordPress.

Vi ricordo, inoltre, che sul sito ecommercewp.it saranno periodicamente inseriti contenuti speciali e promozioni accessibili esclusivamente ai lettori del libro, per accedere ai quali sarà necessario quindi fare riferimento ad alcuni punti precisi del contenuto. Come per questa iniziativa si utilizzeranno, infatti, alcune parole estratte da specifiche didascalie delle immagini presenti nel testo del libro, in modo da permetterne l'uso anche a chi acquista il volume in formato ebook.

Crea il tuo negozio online da zero!

WordPress è sempre più impiegato in ambito internazionale per lo sviluppo di siti e blog professionali, grazie alla sua semplicità di installazione, alla flessibilità e alla predisposizione per il posizionamento sui motori di ricerca.

Questa nuova guida affronta il suo utilizzo come strumento per l'e-commerce, fornendo tutte le informazioni necessarie per installare, configurare e sfruttare al meglio WordPress e il plugin WooCommerce, con una serie di step graduali ed esempi pratici, ricchi di immagini e note. Il libro tratta alcuni aspetti fondamentali come la scelta e l'uso del tema grafico per il negozio online, la gestione dei prodotti, degli ordini e dei clienti, la gestione della sicurezza e l'ampliamento delle funzionalità per mezzo di plugin aggiuntivi. Un capitolo apposito è dedicato alla promozione del sito sui motori di ricerca e sui social media, con una trattazione pratica dei fondamenti della SEO.

Sul sito del libro, ecommercewp.it, saranno disponibili aggiornamenti e contenuti esclusivi per il lettore.

Fra gli argomenti trattati

- Installazione e configurazione di WordPress e del plugin Woo-Commerce
- Scelta e utilizzo dei temi grafici e dei plugin per l'e-commerce
- Configurazione e gestione degli aspetti più importanti del negozio online
- SEO e promozione del negozio sui motori di ricerca e i social media
- E-commerce multilingua
- Backup, manutenzione e sicurezza