



Resumen detallado de funciones

ePages 6.0



La información contenida en este documento puede ser modificada en cualquier momento sin previo aviso.

Esta obra, incluidas todas las partes que lo componen, están protegidas por derechos de autor. Todos los derechos quedan expresamente reservados, incluidos los derechos de copia, reproducción, traducción, microfilmación, almacenamiento en medios electrónicos y procesamiento en su formato electrónico.

Todos los nombres de empresas y de marcas de productos son marcas comerciales o marcas registradas de sus respectivos propietarios.

Copyright © 2010 ePages GmbH. Todos los derechos reservados.

Si tiene preguntas o sugerencias sobre nuestros productos, puede ponerse en contacto con nosotros en la dirección siguiente:

ePages GmbH
Pilatuspool 2
20355 Hamburg
Tel.: +49 – 40 – 35 01 88 0
Fax: +49 – 40 – 35 01 88 222

pm@epages.com
www.epages.com



Índice

- 1.1 Funciones generales..... 5**
- 1.2 Pedidos..... 6**
 - 1.2.1 Resumen / Búsqueda de pedidos 6
 - 1.2.2 Detalles del pedido..... 6
- 1.3 Clientes..... 7**
 - 1.3.1 Resumen / Búsqueda de clientes7
 - 1.3.2 Detalles del cliente – General7
 - 1.3.3 Detalles del cliente – Atributos 8
 - 1.3.4 Grupos de clientes..... 8
 - 1.3.5 Importación y exportación de clientes..... 8
- 1.4 Productos..... 8**
 - 1.4.1 Resumen / Búsqueda de productos..... 8
 - 1.4.2 Tipos de producto 8
 - 1.4.3 Detalles del producto – General 9
 - 1.4.4 Imágenes 10
 - 1.4.5 Categorías..... 10
 - 1.4.6 Variantes de productos..... 10
 - 1.4.7 Precios/ Listas de precios 11
 - 1.4.8 Venta cruzada 11
 - 1.4.9 Agrupaciones de productos..... 12
 - 1.4.10 Estadísticas de búsqueda..... 12
 - 1.4.11 Evaluaciones de productos..... 12
 - 1.4.12 Importación y exportación de productos 12
- 1.5 Contenido /Categorías..... 12**
- 1.6 Sistema de reservas13**
- 1.7 Diseño14**
 - 1.7.1 Plantillas de diseño 14
 - 1.7.2 Navegación 14
 - 1.7.3 Personalización de áreas de la página 15
- 1.8 Opciones 16**
 - 1.8.1 Estado..... 16
 - 1.8.2 Dirección del operador 16
 - 1.8.3 Administración de usuarios..... 16
 - 1.8.4 Cálculo de impuestos..... 16



1.8.5	Entrega y pago	16
1.8.6	Opciones del país	18
1.8.7	Opciones de correo electrónico	18
1.8.8	Cesta de la compra	19
1.8.9	Opciones de producto.....	19
1.8.10	Opciones del cliente	19
1.9	Marketing.....	20
1.9.1	Boletín	20
1.9.2	Cupones	21
1.9.3	Recomendaciones de producto (Contárselo a un amigo)	21
1.9.4	Preguntas sobre productos	21
1.9.5	etracker	22
1.9.6	Google Analytics	22
1.9.7	Portales de productos.....	22
1.9.8	Registro en Google.....	23
1.9.9	eBay	23
1.9.10	Trusted Shops	23
1.9.11	Shoplupе (sólo Alemania)	24
1.9.12	SafeBuy (sólo Reino Unido)	24
1.9.13	Confianza Online (sólo España)	24
1.9.14	eKomi Shop Rating	24
1.9.15	Trusted Shops Customer Ratings	24
1.10	Administradores de tienda (Opciones de usuario)	24
2	TIENDA	25
2.1	Elementos de visualización general.....	25
2.2	Visualización de categorías y productos.....	25
2.3	Contenido interactivo.....	26
2.4	Cesta de la compra y pedido.....	26
2.5	Búsqueda	26
2.6	Reservas / Alquileres.....	26
2.7	Funciones para clientes registrados	27



ADMINISTRACIÓN (BACK OFFICE)

- En la administración (back office = BO), el usuario configura las opciones de la tienda o el sitio web y gestiona el contenido, los datos de clientes, los pedidos, los productos y los catálogos
- Además de las funciones generales y globales, hay ocho módulos:
 - Pedidos
 - Clientes
 - Productos
 - Contenido / Categorías
 - Sistema de reservas
 - Diseño
 - Marketing
 - Opciones

1.1 Funciones generales

- Asistente de configuración: Le guía por las opciones más importantes para poner a punto la tienda o el sitio web
- Favoritos permite acceder rápidamente a determinadas funciones y objetos (se puede deshabilitar); los administradores pueden determinar sus propios favoritos
- Historial: Acceso rápido a las veinte últimas páginas visitadas (se puede deshabilitar)
- Bandeja en que se pueden poner los elementos arbitrarios; los artículos pueden quitarse posteriormente de la bandeja e insertarse en otra área (por ejemplo, se pueden insertar clientes específicos en una lista de destinatarios de boletines)
- Editor WYSIWYG (What You See Is What You Get): Realice cambios de diseño de gran alcance sin saber nada de HTML; se puede utilizar un potente editor siempre que se puedan formatear las descripciones con código HTML (por ejemplo, para productos y páginas); Además de las opciones de formato (p. ej. negrita, cursiva, subrayado, alineado a la derecha), el editor también es compatible con tablas, imágenes, Flash, caracteres especiales, enlaces, anclajes, etc. También es posible insertar funciones externas (Gadgets), así como contenido externo (canales RSS).
- La galería de medios contiene todos los archivos cargados (imágenes, Flash, PDF, etc.); de este modo, los usuarios pueden utilizar las imágenes en múltiples ocasiones; la organización de archivos se puede llevar a cabo empleando subdirectorios creados por usted mismo; por otra parte, hay disponible una gran cantidad de fotos que se pueden utilizar como imágenes de fondo, por ejemplo
- Temas relacionados: Enlaces útiles en la administración
- Los temas de ayuda dependientes del contexto más importantes se muestran de forma permanente, y hay un enlace desde aquí a la ayuda detallada; también se pueden realizar búsquedas, así como acceder a toda la guía
- Ayuda en línea: Completa ayuda dependiente de contexto, índice, búsqueda, guía completa en PDF, inicio rápido para ayudar en los primeros pasos, tutoriales de vídeo, guía SEO, blog de usuario
- Los comerciantes pueden abrir su tienda/sitio web desde cualquier página de la administración para comprobar cómo ven los clientes la tienda o el sitio web; numerosas modificaciones se pueden ver directamente en una vistaprevia de la vista del cliente en la administración (por ejemplo, modificación en línea de textos)
- La fecha y/o la hora se pueden seleccionar cómodamente mediante un calendario emergente que se abre cuando es necesario



- Los servicios web son la base para varios métodos de integración, como por ejemplo, sistemas de planificación de recursos empresariales (ERP); partes integrales de los Servicios web estándar de ePages 6:
 - o Contenido (categorías, productos, tipos de producto, descuento de la cesta de la compra, venta cruzada, agrupaciones, listas de precios)
 - o Carga de imágenes (incluida la creación de distintos tamaños de imagen)
 - o Clientes
 - o Pedidos (detalles del pedido, dirección[es] de facturación y entrega, cambios de estado)
 - o Opciones
 - o Sistema de reserva: Recursos y citas

1.2 Pedidos

1.2.1 Resumen / Búsqueda de pedidos

- Una tabla que contiene un resumen de todos los pedidos
- Bandeja de entrada de pedidos: Contiene una lista de todos los nuevos pedidos (esta es la vista predeterminada del área de "Pedidos")
- Las columnas se pueden ordenar (en orden ascendente o descendente, por ejemplo, según el número de orden, el importe de la factura, la fecha)
- Proceso por lotes para múltiples pedidos o todos (por ejemplo, cambio de estado de "expedido" a "pagado")
- Búsqueda según atributos concretos (por ejemplo, búsqueda de pedidos con estado "pagado" o con determinados productos, o formas de envío y pago)
- Exportación de pedidos seleccionables o buscados en formato de texto
- Se pueden crear manualmente pedidos en el MBO para clientes existentes

1.2.2 Detalles del pedido

- Se muestra toda la información relevante de cada pedido (direcciones de facturación y entrega, formas de entrega y pago, conceptos, etc.)
- El usuario puede modificar pedidos a posteriori (p. ej. cambiar la cantidad de un producto, eliminar y añadir artículos); se informa al cliente de los cambios por correo electrónico; todos los pedidos que están "En proceso" se marcan simbólicamente como tales en el resumen
- Visualización de varios estados de pedido (Visto, Rechazado, En proceso, Pendiente, Listo para expedición, Expedido en parte, Pagado, Cerrado, etc.)
- Al visualizar un pedido, el estado del mismo pasa automáticamente a "Visto"; las formas de pago electrónico, si se efectúan correctamente, cambian automáticamente el estado a "Pagado"
- Creación de actas de venta, facturas y notas de abono (se muestra la totalidad de documentos existentes para cada pedido)
- Creación de albaranes de entrega para envíos parciales y facturas para pedidos que se han enviado en parte
- Se pueden imprimir desde la tabla resumen albaranes de entrega, facturas y notas de abono; el pedido propiamente dicho también se puede imprimir en la administración.

- Los albaranes de entrega, facturas y notas de abono pueden contener textos adicionales como información al cliente; la información de la empresa, como números fiscales, etc., también se puede imprimir en los documentos
- Todos los documentos del pedido están optimizados para imprimirlos con la cabecera corporativa; existe una plantilla de MS Word para que los usuarios puedan crear su propia cabecera de empresa
- Se pueden transferir los datos a UPS (Worldship); Si el comerciante incluye el número de seguimiento de UPS, los clientes finales registrados podrán ver en qué punto se encuentra el envío en cada momento

1.3 Clientes

1.3.1 Resumen / Búsqueda de clientes

- Una tabla que contiene un resumen de todos los clientes
- Las columnas se pueden ordenar (en orden ascendente o descendente, por ejemplo, según el nombre, país, grupo de clientes)
- El usuario puede crear clientes manualmente en la administración (back office)
- Se pueden realizar procesos por lotes para varios clientes o todos en una lista (por ejemplo, asignar múltiples clientes a otro grupo de clientes)
- Búsqueda de atributos concretos (por ejemplo, clientes en un grupo de clientes concreto; clientes que han comprado un producto en concreto o tienen un volumen de compra particular)

1.3.2 Detalles del cliente – General

- Los datos del cliente también pueden ser creados desde cero y modificados por el usuario
- El usuario puede enviar una nueva contraseña a los clientes por correo electrónico
- La vista de detalles del cliente contiene los parámetros siguientes:
 - Número de cliente
 - Identificación, contraseña: activada (sí / no)
 - Detalles de identificación en la tienda (nombre de usuario, contraseña)
 - Pregunta y respuesta de confirmación de identidad (en caso de que un cliente olvide su contraseña)
 - Saludo, empresa, nombre y apellidos), nombre visualizado
 - Dirección (calle, código postal, localidad, dirección ampliada); también la dirección de entrega estándar
 - El formato de la dirección se ajusta a los estándares de los diversos países
 - Posibilidades de contacto (correo electrónico, teléfono, fax, teléfono móvil)
 - Pedidos permitidos (sí / no)
 - HTML en correos electrónicos (sí / no)
 - Pertenencia a grupo de clientes
 - Fecha de nacimiento
 - Sexo
 - Información bancaria (nombre del banco, número de cuenta, código de oficina)
 - Varios (NIF/CIF, departamento, cargo, etc.); El NIF/CIF se puede verificar
 - Fecha de registro
 - Se puede cambiar a registrado el estado de los clientes que realizan pedidos sin estar registrados, a posteriori en la administración



- Se pueden crear nuevos pedidos en la administración

1.3.3 Detalles del cliente – Atributos

- El usuario puede crear un número ilimitado de atributos adicionales del cliente (por ejemplo, estado civil, aficiones); hay distintos formatos posibles (por ejemplo, texto, número, fecha, etc.)
- Cuando un cliente se registra, se pueden pedir atributos personalizados; el usuario puede determinar si la información es obligatoria u opcional (véase también la página 20 "Opciones del cliente – Nuevo registro")
- El usuario puede ver una lista de los pedidos de un cliente en una tabla y abrirlos desde la tabla

1.3.4 Grupos de clientes

- Definición y administración de grupos de clientes (p. ej. para asignar distintos tipos de descuentos o servicios, como un boletín)

1.3.5 Importación y exportación de clientes

- Importación y exportación mediante archivo CSV
- La exportación selectiva es posible

1.4 Productos

1.4.1 Resumen / Búsqueda de productos

- Una tabla que contiene un resumen de todos los productos
- Las columnas se pueden ordenar (en orden ascendente o descendente, por ejemplo, según el precio, nombre)
- El estado de un producto se indica con un color
 - Nivel existencias (por ejemplo, rojo = agotado)
 - Los productos pasados a en línea o fuera de línea tienen un fondo gris o de color, respectivamente
- Proceso por lotes para múltiples productos o todos en una lista (por ejemplo, hacer visible, eliminar)
- Es posible la búsqueda según atributos concretos (por ejemplo, sólo productos que tienen un nivel de existencias de "0"); el número de resultados de búsqueda que se puede seleccionar; se pueden crear nuevos productos en la tabla resumen directamente
- Enlaces directos a las fichas "Variantes" y "Agrupaciones" para poder acceder rápidamente a esas páginas
- Los productos se pueden ver en una lista de productos y en las páginas de detalles de producto (p. ej. para la administración de "números de pedido")

1.4.2 Tipos de producto

- El usuario puede crear un número ilimitado de tipos de producto (por ejemplo, chaquetas, zapatos, etc.)
- El usuario puede crear un número ilimitado de atributos por producto (por ejemplo, colores, tallas, etc.)
- Hay varios tipos de datos posibles (por ejemplo, texto, fecha, número)



- El usuario puede crear atributos con valores predefinidos; la selección de valores aparece como menú desplegable (por ejemplo, atributo "color", con los valores predefinidos "amarillo", "azul" y "rojo")
- Atributos localizables (para su visualización en varios idiomas)
- Atributo especial para archivos adjuntos (por ejemplo, archivos PDF)
- Un número ilimitado de pedidos de ordenación para su edición en la administración o en la propia tienda
- El usuario puede definir si los atributos de la tienda están configurados como visibles o no visibles (si se configuran como "no visibles", los datos se retienen)
- Para cada tipo de producto, se puede seleccionar la vista detallada del producto (tres posibilidades), la vista de la agrupación de productos (tres posibilidades) y la vista de las variantes de producto (tres posibilidades)

1.4.3 Detalles del producto – General

1.4.3.1 Precios / Existencias/Entrega

- Parámetros
 - Número alfanumérico de producto
 - Nombre del fabricante, número de producto del fabricante (por ejemplo, para comprar del fabricante)
 - Se pueden crear URL breves para acceder a distintos objetos (por ejemplo, <http://www.MiTienda.com/MiProducto>), y publicitar dichas URL breves por correo electrónico, Twitter, Mr. Wong, Delicious, Digg, Technorati, Blogspot
 - Distinto precio de venta según la moneda
 - Comparativa de precios (por ejemplo, con ofertas o según reducciones de precio) como forma de demostrar lo atractivos que son sus precios
 - Se puede tener un precio diferente para cada variante de producto
 - Peso por unidad de venta (miligramos, gramos, libras, kilogramos)
 - Dependiente del precio diario (sí/no) (por ejemplo, para una visualización especial en el escaparate de la tienda)
 - Tipo fiscal
 - Dimensiones (longitud, anchura, altura)
 - Unidad de pedido (por ejemplo, metro, litro, kilogramo, unidad, botella, caja, pack)
 - El precio se refiere a xx <unidad> (por ejemplo, el precio puede referirse a 12 unidades)
 - Cantidad mínima de pedido
 - Escalado (por ejemplo, un líquido sólo se puede mostrar en cantidades de 0,1 litros, porque no se puede medir con exactitud cantidades más pequeñas)
 - Unidad de referencia y cantidad en el producto (así, por ejemplo, una lata de 0,33 litros se puede mostrar en precio por litro, un requisito de PAngV)
 - Se pueden incluir códigos como EAN, ISBN o UPC; comprobación de la validez del número EAN

1.4.3.2 Descripción del producto

- Nombre del producto, descripción del producto y descripción ampliada del producto para varios idiomas
- Los campos de descripciones de productos son compatibles con HTML
- Editor WYSIWYG para descripciones de productos y descripciones ampliadas de productos
- Descripción del producto y descripción ampliada del producto, hasta 30.000 caracteres cada una
- El usuario determina si un producto es visible en la tienda

- El producto se puede etiquetar como "Nuevo"; el atributo se puede etiquetar con una fecha; una vez vencida la fecha, el atributo se desactiva
- Para las búsquedas internas de la tienda, así como para los buscadores de Internet, se pueden asignar palabras clave específicas o nombres alternativos (por ejemplo, para un jersey: "sudadera pullover bajo chaqueta")
- Un producto se puede etiquetar como "aún no disponible" (por ejemplo, un DVD que saldrá pronto a la venta); se muestra el precio, pero el producto no se puede añadir a la cesta; se muestra la fecha en que el producto estará disponible, y el producto pasará automáticamente a estar disponible en esa fecha

1.4.3.3 Atributos de producto

- Selección del tipo de producto
- Introducción posterior de atributos; es posible cualquier número de tipos de producto y atributos; se pueden utilizar múltiples atributos para crear un tipo de producto (p. ej. se puede asignar los atributos "talla", "color" y "material" al tipo de producto "chaqueta"; Si se crea un producto del tipo "chaqueta", se pedirán los atributos "talla", "color" y "material")

1.4.4 Imágenes

- Imágenes estándar para listas de productos (miniaturas), vista normal y ampliada
- Las imágenes se pueden reducir automáticamente a la versión más pequeña
- Una imagen aparte para publicitar productos en promoción
- Vista previa de imagen en la administración
- El usuario puede crear una presentación o una galería de producto para la tienda, a partir de distintas imágenes; se pueden cargar varias imágenes arrastrándolas y soltándolas
- Las imágenes cargadas se pueden leer y utilizar de acuerdo con el estándar Exif; se puede especificar una URL externa (en lugar de cargar la imagen al servidor de la tienda)

1.4.5 Categorías

- Tabla con todas las categorías a las que está asignado el producto en cuestión
- Cada producto se puede asignar a una o varias categorías (catálogos)
- Asignación a categorías específicas como "página de inicio" o "artículos en promoción"
- La asignación se puede llevar a cabo mediante procesos por lotes

1.4.6 Variantes de productos

- El usuario puede crear cualquier cantidad de tipos de variantes (p. ej. talla, color) con un número ilimitado de valores de variante (p. ej. M, L, XL y rojo, azul, amarillo); los valores y los tipos se pueden definir en varios idiomas
- Los atributos (por ejemplo, precio, imagen, descripción) se heredan del producto maestro, pero se pueden editar manualmente para ajustarse a las distintas variantes de producto
- Una de las variantes de producto se etiqueta como el producto predeterminado para la tienda
- Las variantes de producto se pueden ordenar para su edición en la administración y para su visualización en la tienda
- Un asistente le ayuda a crear variantes de producto y reduce la complejidad considerablemente



1.4.7 Precios/ Listas de precios

- Para descuentos y precios por volumen, se pueden crear listas de precios con un límite de tiempo (fecha, hora)
- Se pueden asignar listas de precios a grupos de clientes o a clientes individuales
- Los precios específicos de clientes se muestran inmediatamente en la lista y en las páginas de detalles del producto (si el cliente se ha identificado) y no en una página aparte de "Descuentos"

1.4.7.1 Descuentos

- Descuentos en compras por volumen por producto (p. ej. 5 % de descuento para 10 o más unidades, 7,5 % descuento para 25 o más unidades)
- Descuentos en compras por volumen por producto (p. ej. 5 % de descuento en compras superiores a 100,00 €, 7,5 % de descuento en compras superiores a 250,00 €)
- Esto se puede combinar con los precios por volumen
- Se puede ofrecer un descuento por toda una cesta de la compra (descuento en valor absoluto o en %)

1.4.7.2 Precios por volumen

- Precios por volumen por moneda (por ejemplo, precio por artículo de 10 € por 5 artículos; precio por artículo de 9 € por 10 artículos)
- Se puede combinar con descuentos estándar

1.4.8 Venta cruzada

- La venta cruzada se configura manualmente; para ello, el usuario crea una conexión entre dos productos (la conexión recíproca se puede crear automáticamente)
- El área "Referencias" muestra todos los productos con referencias a este producto (venta cruzada y agrupaciones)
- Con la venta cruzada automatizada, los datos necesarios se generan automáticamente a partir de pedidos existentes (véase el punto 1.8.9 "Opciones de producto")

1.4.8.1 Productos relacionados

- El usuario puede asignar un número ilimitado de artículos a los productos, que luego se muestran al cliente como productos relacionados en la tienda al visualizar el producto (p. ej. traje de neopreno para surf)
- Campo de comentario adicional para "caracterizar" la oferta de venta cruzada (p. ej. "Los clientes que han comprado este producto...")

1.4.8.2 Accesorios

- El usuario puede asignar un número ilimitado de artículos a los productos, que luego se muestran al cliente como accesorios en la tienda al visualizar el producto (p. ej. auriculares compatibles para teléfono móvil)
- Campo de comentario adicional para "caracterizar" la oferta de accesorio

1.4.8.3 Ofertas alternativas

- El usuario puede asignar un número ilimitado de otros productos a productos, que luego se muestran al cliente como comparación en la tienda al visualizar el producto (p. ej. varios monitores LCD que tienen los mismos parámetros técnicos)



1.4.9 Agrupaciones de productos

- Se puede combinar un número ilimitado de productos (también se puede indicar la cantidad de cada producto)
- La agrupación tiene un precio reducido aparte, y el ahorro se muestra en la tienda y en la administración

1.4.10 Estadísticas de búsqueda

- El número de búsqueda y el número de resultados están disponibles para todos los términos de búsqueda introducidos por un cliente en la tienda
- La tabla se puede ordenar en función del término de búsqueda, el número de búsquedas y los resultados

1.4.11 Evaluaciones de productos

- Opciones: Activar / Desactivar, mostrar nuevas opiniones inmediatamente (sí / no), sólo los usuarios identificados pueden dejar opiniones (sí /no)
- Resumen de todas las opiniones (qué producto, texto de opinión, nota, fecha)
- Hacer visible o no visible, eliminación como acciones por lotes
- Enlace al producto respectivo y los detalles de las opiniones
- Envío opcional de un recordatorio por correo electrónico con solicitud de opinión (x días tras la compra del producto)

1.4.12 Importación y exportación de productos

- Importación y exportación mediante archivo CSV; la exportación selectiva es posible
- Exportar a Kelkoo
- Exportar a Pangora
- Exportar a Google Base (Froogle)
- Exportar a Shopping.com
- Exportar a guentiger.de
- Exportar a preissuchmaschine.de
- Exportar a Ciao
- Identificarse en el buscador Google™

1.5 Contenido /Categorías

- Dos vistas para gestionar el contenido de la tienda y el sitio web: Vista previa y vista de ficha
- Vista previa: El usuario ve la página como la ve el cliente; edición mediante "edición en línea"; carga de imágenes arrastrándolas y soltándolas
- Vista de ficha: Edición de opciones complejas como listas de precios, derechos de acceso, venta cruzada
- El usuario puede crear un número ilimitado de catálogos o categorías de productos con páginas de diseño libre ("páginas editoriales")
- Categorías especiales como blogs, foros y libros de visitas ("contenido generado por el usuario")
- Galerías de imágenes con varias opciones de visualización (por ej, efecto "coverflow"), además de información adicional, como palabras clave, ubicación de la foto y descripción



- Se pueden crear URL breves (por ejemplo: <http://www.MiTienda.com/MiCategoría>)
- El mapa del sitio se crea automáticamente y se puede insertar como enlace
- Es posible un número ilimitado de subpáginas; el orden de clasificación se puede definir libremente en los niveles de categoría (p. ej. alfabéticamente, según el precio o según la disponibilidad); la estructura de la ventana de estructura de página se puede modificar con el ratón
- Hay disponibles varias distribuciones para los catálogos y listas de productos:
 - 55 variantes de distribución para contenidos de páginas
 - 5 variantes de distribución para visualización de productos en listas
 - 3 variantes de distribución para categorías en listas
 - 15 variantes de distribución para estructurar contenido, categorías y productos (en una única página)
- Las categorías se pueden hacer visibles o no visibles
- El término utilizado para la categoría, su descripción, la descripción ampliada y la imagen asociada se pueden configurar de manera diferente para cada idioma empleado en la tienda
- Cada categoría puede contener palabras clave para los buscadores
- Se pueden adjuntar archivos de aplicaciones externas (por ejemplo, PDF con detalles de producto)
- Categorías especiales como Condiciones generales, texto en la página de inicio (con opciones especiales de distribución), información del cliente, política de privacidad (todo en todos los idiomas)
- Se pueden mostrar productos, catálogos y contenido editorial al mismo nivel
- Artículos en promoción (ofertas especiales en una categoría aparte)
- Se pueden crear nuevos productos dentro de una categoría (y así se asignan a ella directamente)
- Integración simple de contenido web externo:
 - Gadgets: Puede incorporar pequeñas funciones de ayuda e información (como información meteorológica y del tráfico, hora, chiste del día, Twitter, Google Maps, imágenes de Flickr, Last.FM, vídeos: YouTube, Clipfish, MyVideo, CultClip, Dailymotion, sevenload, Veoh, Vimeo, manVideo y video.fr); se pueden seleccionar opciones como colores y visualización
 - Canales RSS: Información actualizada de 50 fuentes preparadas, como páginas de noticias; también se pueden integrar canales RSS personalizados; se pueden seleccionar opciones como temas, cantidad, longitud y distribución
- Uso de archivos de Flash preparados (o propios) como introducción o como reclamo en la página; todos los ejemplos de Flash se pueden utilizar con textos, tamaños de texto y colores personalizados
- Administrador de archivos con base de datos de imágenes para administrar y guardar sus archivos
- Se puede restringir el acceso a categorías, blogs, foros, libros de visitas y galerías de imágenes (sólo usuarios registrados o usuarios de ciertos grupos de clientes)

1.6 Sistema de reservas

- Creación de productos y servicios que sólo se pueden reservar para un cierto periodo de tiempo (por ejemplo, una mesa en un restaurante, una cita en la peluquería, un apartamento de vacaciones o reservar un cortacésped); las citas reservadas se pueden editar (p. ej. reprogramado, eliminado)
- Resumen de recursos disponibles, así como creación de nuevos recursos
- Opciones predeterminadas para recursos: Periodo de tiempo mínimo para la organización / cancelación de citas, intervalos para resumen de citas

- Definición de horarios de apertura centrales (también pueden ser diferentes para semanas pares e impares), configuración de periodos de tiempo para reserva y cancelación, intervalo de citas seleccionable
- Definición de horarios de apertura (también pueden ser diferentes para semanas pares e impares), configuración de periodos de tiempo para reserva y cancelación, intervalo de citas seleccionable para cada objeto de cita
- Confirmación de citas manual / automática
- Definir si las horas de reserva se limitan al horario de apertura (por ejemplo, una mesa en un restaurante sólo se puede reservar durante el horario de apertura; un cortacésped se puede reservar para el fin de semana)
- Definir si el cliente puede seleccionar las horas de reserva (p. ej. "sí" para una reserva de mesa, "no" para una cita en un salón de belleza)
- Definir si el cliente puede pagar por la reserva (el cliente puede seleccionar entre las formas de pago puestas a su disposición por el usuario en el momento de la reserva)
- Resumen mensual de días abiertos, cerrados, completamente reservados y días que tienen algunas reservas además de citas disponibles
- Vista detallada diaria, crear citas manualmente, bloqueo y desbloqueo de horarios, reprogramar citas
- Es posible confirmar o cancelar citas
- Activación y desactivación conjunta para cambios periódicos de la disponibilidad (por ejemplo, vacaciones)

1.7 Diseño

- Es posible el acceso completo a las plantillas y archivos CSS de la administración y la tienda mediante los productos siguientes:
 - ePages 6 Merchant Starter
 - ePages 6 Merchant Pro
 - ePages 6 Merchant Enterprise
 - ePages 6 Merchant Corporate
- El informe de "Diseño" está configurado para que los usuarios puedan realizar cambios a todas las áreas de la página o para detalles de ciertas áreas (incluso sin conocimientos de HTML); los cambios en la vista previa son visibles de inmediato

1.7.1 Plantillas de diseño

- Selección de 140 plantillas específicas del sector
- Selección de varios conjuntos de iconos (por ejemplo, para fondos claros u oscuros)

1.7.2 Navegación

- Varios elementos de navegación (claramente organizados):
 - Enlace a la página de inicio
 - Identificación
 - Mi cuenta e Identificación / Registro
 - Búsqueda
 - Selección de idioma (mediante iconos o texto)



- Selección de moneda (mediante iconos o texto)
- Nombre de la tienda
- Logotipo (con la posibilidad de enlazar el logotipo a la página de inicio de la tienda o a otro sitio)
- Enlace a la cesta de la compra
- Estado de la cesta de la compra
- Vista compacta de la cesta
- Enlace a categorías (catálogos)
- Enlace a categorías de nivel superior (catálogos)
- Lista de categorías principales
- Lista de categorías en vista de árbol
- Lista de categorías en una lista desplegable (basada en AJAX)
- Enlace a la información de contacto
- Enlace a las condiciones generales
- Enlace a la política de privacidad
- Enlace a artículos en promoción
- Enlace al mapa del sitio
- Enlace al horario de apertura
- Elementos con enlaces a categorías y productos seleccionables (por ejemplo, para presentar un "Producto de la semana")
- Elementos con contenido HTML de libre definición (se puede utilizar el editor WYSIWYG)
- Distribución flexible de estos elementos en varias áreas de la página; arrastrar y soltar elementos de navegación:
 - Encabezado
 - Área superior
 - Pie
 - Área inferior
 - Área de navegación izquierda
 - Área de navegación derecha
- Secuencia flexible de elementos para cada área
- Se pueden seleccionar diferentes subvariantes de elementos (por ejemplo, la selección de idioma se puede mostrar como una lista [inglés, alemán] o como banderas)
- La visibilidad de áreas y tamaños se puede modificar (por ejemplo, el tamaño de la barra de navegación izquierda o la desactivación del área de navegación derecha)
- No hacen falta conocimientos de HTML para alinear los elementos

1.7.3 Personalización de áreas de la página

- Se puede personalizar el tamaño de las distintas áreas de la página (anchura, altura)
- Se puede cargar un gráfico para cada área o se puede definir un color de fondo
- Se puede asignar un tipo de letra predeterminado a cada área de la página; Si los tipos de letra predeterminados no están disponibles en el sistema del cliente, los tipos de letra alternativos aseguran una presentación correcta.
- Los colores del texto se pueden definir como valor RGB o bien utilizando un cuadro de selección de color; la selección de color cuenta con cuatro conjuntos distintos de colores, para poder encontrar los colores adecuados

- Se pueden definir veinte colores de empresa (de uso frecuente)

1.8 Opciones

- Uso de formatos de números, moneda y hora según las opciones regionales

1.8.1 Estado

- El sitio web está "Abierto/Cerrado"
- El usuario puede introducir un texto que se muestre en la tienda cuando el sitio web esté cerrado
- El usuario puede introducir un logotipo y un eslogan
- El usuario puede usar un favicon (se puede generar automáticamente a partir del logotipo proporcionado)
- Incorporación de código adicional en la sección de encabezado del HTML (p. ej. para estilo y etiquetas meta)
- La optimización de la caché de página permite al usuario modificar la velocidad de visualización de las páginas: Las páginas que han sido procesadas se pueden mostrar más rápidamente; el estado de la caché siempre es visible; la caché se puede reiniciar inmediatamente después de hacer cambios
- La utilización (por ejemplo, hay 23 productos de 100 posibles disponibles en la tienda, se utiliza 1 idioma de 2 posibles) se muestra mediante barras de progreso en color

1.8.2 Dirección del operador

- La dirección la solicita el Asistente de configuración de la tienda y se utiliza para todos los documentos del pedido y para registrarse en servicios externos (por ejemplo en Pangora, etracker, etc.)

1.8.3 Administración de usuarios

- Se puede crear un número ilimitado de usuarios adicionales para la administración
- Cada usuario tiene sus propias opciones (por ejemplo, idioma, favoritos)

1.8.4 Cálculo de impuestos

- Se establecen un tipo fiscal y una zona fiscal como predeterminados
- Matriz de impuestos flexible (tipos fiscales, zonas fiscales)
- Asignación de zonas fiscales a los países de la tienda; las zonas fiscales de los compradores se detectan también automáticamente mediante el país, igual que para los clientes empresariales mediante el número de identificación fiscal
- Los nombres de las zonas fiscales están disponibles en todos los idiomas
- Se puede cambiar entre precios brutos y netos (y viceversa)
- Se puede operar la tienda para clientes B2B (precios netos) y B2C (precios brutos)

1.8.5 Entrega y pago

- Las formas de entrega y pago se pueden aplicar a todos los países configurados para la tienda o únicamente a regiones concretas

- Las regiones son simplemente grupos de países concretos (por ejemplo, el pago con factura sólo es posible nacionalmente, y los demás costes se calculan para envíos al resto de la UE)

1.8.5.1 Formas de entrega

- Las distintas formas de entrega se pueden denominar en todos los idiomas
- Visible (sí/no) (también para proceso por lotes)
- No se pueden activar formas de entrega con parámetros incompletos
- Se puede establecer una forma de entrega como predeterminada
- La lista de formas de entrega se puede ordenar de cualquier manera; el orden de clasificación se emplea para la visualización en la tienda
- Se puede escoger un tipo fiscal para cada forma de entrega
- Puede haber un precio distinto para cada moneda
- Precio fijo, gratuito por encima de un cierto precio, entrega gratuita
- Costes de entrega flexibles: En función del peso, el precio o la cantidad de productos en la cesta de la compra
- Las formas de entrega se pueden limitar a productos concretos (por ejemplo, algunos productos sólo se pueden entregar mediante envío)
- Campos de comentarios en todos los idiomas

1.8.5.2 Formas de pago

- Las distintas formas de pago se pueden denominar en todos los idiomas
- Visible (sí/no) (también para proceso por lotes)
- No se pueden activar formas de pago con parámetros incompletos
- Se puede establecer una forma de pago como predeterminada
- La lista de formas de pago se puede ordenar de cualquier manera; el orden de clasificación se emplea para la visualización en la tienda
- Están disponibles todas las formas de pago estándar: Factura, contra reembolso, pago anticipado, débito directo (también por fax), pago manual con tarjeta de crédito; procedimientos de pago electrónico a través de los proveedores ExperCash (antes EasyDebit), SaferPay, Moneybookers, ClickandBuy, Sofortüberweisung.de, PayPal, PayPal Pro, PayPal Express, Paypoint, Sagepay
- Se pueden añadir otras formas de pago mediante cartuchos (por ejemplo, pago con tarjeta de crédito y débito directo electrónico mediante WorldPay, T-Pay, HSBC, Google Checkout, Paynova, Atos Worldline)
- Puede haber un precio distinto para cada moneda
- Precio fijo (por ejemplo, coste contra reembolso), gratuito por encima de un cierto precio, pago sin cargos adicionales
- Existe la opción de pago diferido; el usuario puede definir tipos de interés variables según la duración y la cantidad, por ejemplo; se pueden definir distintos tipos de interés para diferentes monedas; los tipos mensuales se calculan automáticamente y se muestran al cliente
- Se puede ofrecer un descuento distinto a cada forma de pago (p. ej. un descuento por pago en efectivo) o se pueden aplicar tarifas (p. ej. para costes de transacciones)
- Limitación de formas de pago específicas a uno o varios grupos de clientes



1.8.5.3 Dependencias entre formas de entrega y de pago

- No todas las formas de pago están disponibles para todas las formas de entrega (p. ej. "contra reembolso" y "bicimensajería" están excluidas)

1.8.5.4 Opciones de entrega

- El usuario puede proporcionar varias opciones (por ejemplo, de envoltorio para regalos o tarjetas de felicitación)
- Para cada opción, se pueden cargar varias imágenes o se puede activar un campo de entrada para un texto de felicitación
- Se puede asignar un precio a cada opción

1.8.6 Opciones del país

1.8.6.1 Opciones locales

- Los formatos de moneda, fecha y hora, así como los separadores de miles y decimales se definen automáticamente para diversas regiones

1.8.6.2 Idiomas y países

- Puede haber varios idiomas (para la tienda y para la administración)
- Puede haber varios países por idioma (por ejemplo, Canadá, Australia y Estados Unidos con inglés)
- Se define un país como predeterminado
- Se pueden localizar todas las entradas (por ejemplo, nombres y descripciones de productos, formas de entrega)
- Los idiomas existentes se pueden configurar como "invisibles" en la tienda (p. ej. para actualizar los datos)
- El orden de clasificación de los idiomas en la tienda se puede definir mediante claves de clasificación
- Los nombres de todos los idiomas están disponibles en el idioma nacional, el código ISO y en inglés y francés (por ejemplo, "Deutsch", "de (ger)", "German", "Allemand")
- Si se elimina un idioma, los datos localizados simplemente se archivan; están disponibles una vez que se reactiva el idioma

1.8.6.3 Monedas

- Puede haber varias monedas, que se mostrarán en el orden definido en la administración
- Se define una moneda como moneda predeterminada
- Las monedas existentes se pueden configurar como "invisibles" en la tienda
- Todas las monedas tienen un símbolo (por ejemplo, "€") y un código ISO4217 (por ejemplo, "EUR"); el código ISO es necesario para la comunicación con los sistemas de pago en línea, como por ejemplo

1.8.7 Opciones de correo electrónico

- Nombre del remitente y dirección del remitente
- Una firma por idioma y una firma por evento de correo electrónico, así como un encabezado y un pie
- El usuario puede definir qué eventos provocan que se envíe un correo electrónico al cliente; por ejemplo, registro, realización de pedidos, cambios en el estado de un pedido, registro para un boletín, etc.

- En los mensajes de correo electrónico relacionados con pedidos, hay un enlace al área "Mi cuenta" (que permite al cliente volver fácilmente a la tienda)
- El comerciante puede definir destinatarios como copias carbón (Cc) y copias carbón ocultas (Cco) de los mensajes de correo electrónico
- Se pueden definir varias direcciones de correo electrónico como destinatarios, Cc y Cco

1.8.8 Cesta de la compra

- Se puede definir un valor mínimo de pedido según una moneda
- El usuario puede configurar la acción para que se lleve a cabo cuando se añada a la cesta un artículo que ya está presente en ella (mantener artículo anterior, añadir a artículo existente, intercambiar la cantidad o añadir un nuevo concepto a la cesta)
- Hay cuatro opciones de visualización distintas para la función "Añadir a la cesta de la compra": Icono sencillo, campo de entrada, campo de entrada con función +/-, menú desplegable
- El usuario puede determinar si el cliente tiene que aceptar las Condiciones generales al realizar pedidos
- El usuario puede introducir un texto que se muestre al cliente como confirmación de pedido
- El usuario puede determinar si el cliente puede escoger la zona fiscal en la tienda
- Para el proceso de pedido, se pueden crear varios textos que sean necesarios por motivos legales; todos los campos de texto están rellenos con textos de ejemplo

1.8.9 Opciones de producto

- Opciones de venta cruzada automática para recomendaciones automáticas ("Los clientes que han comprado este producto también han comprado..."): Recoger estadísticas (sí / no), mostrar productos de venta cruzada (sí / no), número de recomendaciones de producto que se muestran en la tienda
- El texto informativo de regulación de precios (PAngV) y el texto que se muestra delante del precio de comparación se pueden modificar
- Opciones de inventario: El usuario puede definir qué acción se lleva a cabo cuando el nivel de existencias de un producto cae por debajo de un valor mínimo o por debajo de cero (por ejemplo, un texto que informa al cliente de plazos de entrega más largos)
- Activación de la función de comparación de productos en la tienda
- Disposición de la función ver lista para la tienda

1.8.10 Opciones del cliente

1.8.10.1 Grupos de clientes

- Los grupos de clientes son la base para otras funciones, como los descuentos estándar y por volumen, así como el boletín
- Se puede definir libremente y etiquetar un número ilimitado de grupos de clientes
- Se define un grupo de clientes como predeterminado; asignación automática de nuevos clientes a este grupo
- El grupo de clientes asignado se muestra al cliente en "Mi cuenta"



1.8.10.2 Nuevo registro

- Todos los detalles del cliente, como la dirección, los datos bancarios, la moneda preferida, etc. se pueden alternar entre "visible" / "no visible" y "obligatorio" / "opcional"; esto define si se solicitarán en la página de registro de clientes y si son campos obligatorios (también se aplica a la información de clientes que realicen pedidos sin registrarse y a las direcciones de entrega)
- Los atributos de clientes generados individualmente (véase Detalles del cliente – Atributos, en la página 8) también se pueden solicitar cuando un cliente se registra; los atributos "visible" / "no visible" y "obligatorio" / "opcional" también se pueden aplicar a los atributos individuales

1.8.10.3 Países

- El usuario puede utilizar una tabla para administrar los países donde se realizan entregas; luego el cliente podrá seleccionar entre dichos países al introducir la dirección
- El usuario puede definir el orden de los países, así como establecer un país predeterminado

1.8.10.4 Regiones

- Se puede definir uno o varios países como una región (por ejemplo, nacional, países de la UE, países de fuera de la UE); se pueden utilizar regiones para la localización de formas de entrega y pago

1.8.10.5 Identificación

- Los clientes pueden realizar pedidos de dos maneras: Anónimamente (significa que la dirección sólo se introduce una vez), o sin registro (empleando un nombre de usuario y una contraseña para que el cliente se pueda volver a identificar)
- Es posible la identificación automática con cookie; se guarda una cookie y los usuarios se reconocen la siguiente vez que entren en la tienda sin introducir sus nombres de usuario y contraseñas
- El usuario puede requerir la identificación en la tienda (por ejemplo, para tiendas B2B); el texto que hace referencia al registro obligatorio se puede editar
- El usuario puede definir si es necesario que los nuevos clientes acepten la política de privacidad
- Establecer si los clientes pueden comprar sin registro; no obstante, los clientes pueden registrarse; el usuario puede habilitar la compra tras la verificación y activación de los clientes

1.8.10.6 Atributos del cliente

- El usuario puede crear un número ilimitado de atributos del cliente
- Son posibles varios tipos de datos (por ejemplo, texto, fecha, número)
- Los atributos se pueden cambiar a "visibles" o "no visibles" (cuando el atributo pasa a "no visible", los datos se retienen)
- Un número ilimitado de pedidos de ordenación para su edición en la administración o en la propia tienda

1.9 Marketing

1.9.1 Boletín

- Se pueden crear boletines personalizados en una campaña de boletines
- Se puede incluir información del producto (textos, precios, imágenes) en el boletín con relativa facilidad
- Se puede insertar el logotipo de la empresa en la plantilla del boletín
- Plantillas HTML para boletines usando los colores definidos en la tienda



- Se pueden integrar cupones
- Función de vista previa mediante un editor WYSIWYG, con posibilidad de envíos de prueba
- Nombre y correo electrónico del remitente variables
- Enviar inmediatamente o enviar en una fecha/hora específicos
- Selección del destinatario, buscar según:
 - Número o nombre del cliente
 - Todos los clientes de un grupo de clientes concreto
 - Todos los clientes que han comprado un producto concreto
 - Todos los clientes que han comprado una determinada cantidad en un periodo de tiempo específico
 - Añadir destinatarios manualmente
 - Se pueden importar listas de destinatarios en un archivo CSV (se puede mostrar un ejemplo), en formato UTF-8
- Las listas de destinatarios se guardan después del envío
- Una función de búsqueda permite encontrar determinadas direcciones
- Los clientes que no se hayan registrado también se pueden suscribir a un boletín
- Crear un texto que se muestre al suscribirse a un boletín

1.9.2 Cupones

- Cupones con descuento fijo o descuentos porcentuales; el descuento puede ser distinto para cada moneda
- Cupones con periodo de validez limitado
- La cantidad de códigos de cupón válidos es limitada (por ejemplo, sólo los 25 primeros códigos de 100 son válidos)
- Los códigos de cupón se pueden utilizar varias veces o sólo una
- Se puede definir la longitud de los códigos de cupón (8-32 caracteres)
- Los códigos de cupón se pueden generar manual o automáticamente (por ejemplo, para enviarse por correo o imprimirse en revistas) o se pueden utilizar en boletines
- Son posibles los cupones para entrega gratuita
- Los cupones pueden limitarse a ciertas formas de entrega o de pago, o para comprar determinados productos

1.9.3 Recomendaciones de producto (Contárselo a un amigo)

- Activar / desactivar función
- El usuario puede establecer si todos los clientes o sólo los registrados pueden recomendar productos
- El usuario puede definir el número máximo de recomendaciones de producto por cliente al día

1.9.4 Preguntas sobre productos

- El usuario puede dar a los clientes la opción de formular preguntas sobre los productos

1.9.5 etracker

- La cuenta de etracker se puede configurar automática o manualmente introduciendo los parámetros de una cuenta de etracker existente, si se dispone de ellos
- El usuario puede configurar la importancia de determinadas páginas, como por ejemplo, registro al boletín o todas las páginas del proceso de pedido
- Estadísticas de Internet, por ejemplo:
 - Visitantes en diferentes periodos de tiempo
 - Número de veces que se han visto distintas páginas
 - Cestas de la compra y pedidos (volumen de compra, valor medio de pedido)
 - Origen y comportamiento de los visitantes
 - Compatibilidad con mapas de clics y de riesgo (etracker Advanced y superior)
 - Informes de campañas de buscadores (etracker Advanced y superior)

1.9.6 Google Analytics

- Con Google Analytics, el comerciante puede analizar datos de tráfico y de comportamiento. La integración permite hacer un tracking de las visitas hasta el carrito de la compra y obtener así un seguimiento de los índices habituales del comercio electrónico.
- El usuario puede determinar las páginas para las cuales quiere hacer un seguimiento como, por ejemplo, la página de suscripción a la newsletter o las diferentes páginas del proceso de compra.

1.9.7 Portales de productos

- Un resumen de todos los portales de productos disponibles, incluidas las distintas variantes por país (por ejemplo, Pangora Deutschland y Pangora UK), así como el número de productos ofrecidos en cada uno de ellos
- Un enlace a la página de información específica del país en el portal, para que el usuario pueda leer sobre el portal y registrarse
- Selección de los atributos (forma de entrega, imagen y descripción del producto) que se publican en el portal
- Intervalo en que se publican los productos
- Selección de los productos que se publican en el portal o todos los productos
- Supervisión del éxito de cada portal mediante campañas de etracker (etracker Advanced y superior)
- Compatibilidad con los portales siguientes:
 - Ciao
 - Guentiger.de
 - Google Base (Froogle)
 - Kelkoo
 - Pangora
 - Preissuchmaschine.de
 - Shopping.com



1.9.8 Registro en Google

- Optimización de buscadores: Página de inicio del registro en Google (todas las demás páginas se encuentran y se indexan automáticamente)
- Disposición del archivo "Sitemap.xml" generado automáticamente para Google

1.9.9 eBay

- Los productos se pueden cargar directamente al eBay Marketplace desde la administración
- Se pueden usar varios sitios (por ejemplo, Alemania--eBay.de, Reino Unido--eBay.co.uk, Suecia--eBay.se) en paralelo
- El usuario de eBay también puede cargar productos allí
- Conservación de todos los detalles de producto (por ejemplo, nombre e imagen del producto) como sugerencia de la tienda de ePages
- Asistente de varios pasos con diversas opciones (por ejemplo, "Comprarlo ya", "Negrita", "Volver" o "Artículo destacado")
- Lista breve de las categorías utilizadas recientemente
- Retrasar inicio de la subasta sin cargos adicionales
- Carga repetida automática del mismo artículo (por ejemplo, cada dos días)
- Uso de plantillas de diseño predefinidas
- Gestión de sus propias plantillas de diseño
- Uso de formas de envío y pago de la tienda (también PayPal)
- El artículo se puede introducir como prueba para verificar su precisión y comprobar las tarifas
- Resumen de los artículos del mismo tipo o de todos los artículos (con etiquetado por colores del precio alcanzado en eBay en comparación con el precio en la tienda)
- Filtro para el resumen (por ejemplo, sólo artículos actuales)
- Creación automática de pedidos en la tienda después de la finalización del artículo
- Valoración del comprador
- Repetir carga (copia), con los mismos parámetros o similares
- Carga con un clic usando las opciones predeterminadas
- Visualización de la disponibilidad del producto en el resumen de artículos
- Opción "Entrega internacional" disponible
- Correo electrónico de notificación por autenticación incompleta o caducada
- Se puede colocar el producto en una o dos categorías de eBay

1.9.10 Trusted Shops

- Las tiendas ePages tienen una preparación óptima para su precertificación por Trusted Shops
- Enlace al registro de Trusted Shops y campo de entrada para el identificador de Trusted Shops en la administración
- Inclusión del logotipo de Trusted Shops en la tienda

1.9.11 Shoplupe (sólo Alemania)

- Enlace al registro de Shoplupe en la administración
- Inclusión del logotipo de Shoplupe en la tienda

1.9.12 SafeBuy (sólo Reino Unido)

- Las tiendas ePages tienen una preparación óptima para su precertificación por SafeBuy
- Enlace al registro de SafeBuy y campo de entrada para el identificador de SafeBuy en la administración
- Inclusión del logotipo de SafeBuy en la tienda

1.9.13 Confianza Online (sólo España)

- Las tiendas ePages tienen una preparación óptima para su precertificación por Confianza Online
- Enlace al registro de Confianza Online y campo de entrada para el identificador de Confianza Online en la administración
- Inclusión del logotipo de Confianza Online en la tienda

1.9.14 eKomi Shop Rating

- eKomi es un sistema de evaluación independiente para las tiendas online. Permite la recogida de las opiniones de clientes garantizando la autenticidad de los testimonios o comentarios. La publicación en la página de la calificación de la tienda se hace mediante un widget.
- Enlace para crear y activar una cuenta eKomi
- El widget y el sello eKomi de Valoración se pueden añadir a la página web
- Envío de un correo electrónico eKomi (editable) para solicitar la evaluación de la tienda por parte de los clientes.

1.9.15 Trusted Shops Customer Ratings

- La plataforma de evaluación Trusted Shops gestiona la autenticidad de los comentarios/opiniones de clientes.
- Enlace para crear y activar una cuenta "Trusted Shops Customer Ratings"
- El widget para publicar la calificación de la tienda por parte de los compradores se puede añadir al diseño del sitio web
- Envío de un correo electrónico "Trusted Shops" (Editable) para solicitar la evaluación de la tienda por parte de los clientes.

1.10 Administradores de tienda (Opciones de usuario)

- Nombre de usuario, nombre visualizado/identificación, contraseña
- El administrador selecciona el idioma y los favoritos para la administración
- Se puede activar o desactivar la pregunta de seguridad antes de la eliminación (sí / no)



2 TIENDA

2.1 Elementos de visualización general

- Enlace/símbolo a la cesta de la compra
- Estado de la cesta de la compra (cantidad de productos en la cesta y precio total de la cesta)
- Contenido de la cesta de la compra (cantidad de productos y nombres de los productos de la cesta y precio total de la cesta)
- Niveles de descuento en la tienda: indicación de la diferencia entre dos niveles de descuento adyacentes, el propio nivel de descuento y el descuento aplicado
- En caso de una promoción con Gastos de envío Gratis condicionado a un importe mínimo, un mensaje irá informando en el carrito de la compra, del montante faltante para beneficiarse de la promoción y conseguir los gastos de envíos gratis.
- Identificación, nuevo registro de clientes, Mi cuenta, salir
- Seleccionar el idioma
- Seleccionar la moneda
- Condiciones generales
- Huella
- Política de privacidad
- Mapa del sitio
- Horario de apertura
- Eslogan
- Logotipo (opcionalmente con un enlace a alguna URL)
- Lista de categorías principales (en varias distribuciones)
- Artículos en promoción u ofertas especiales
- Archivos HTML libres

2.2 Visualización de categorías y productos

En la tienda, el cliente ve:

- Promociones específicas de productos en la página de inicio de la tienda (según diferentes presentaciones, incluido presentación tipo “coverflow”)
- Visualización de producto y números de pedido
- Ofertas especiales en un área seleccionada
- Categorías (catálogos y/o páginas editoriales) y productos en un nivel
- Navegación por categorías con visualización de todas las categorías principales en el historial de navegación actual como enlaces
- Comparación de productos seleccionados por el cliente; las comparaciones de productos se pueden guardar como listas de la compra
- Botón Contárselo a un amigo (recomendaciones de producto por correo electrónico)
- Pregunta sobre producto (enviar al comerciante)



- Evaluaciones de productos
 - Visualización de la evaluación media
 - Leer evaluaciones
 - Proporcionar nueva evaluación (nota, encabezado, texto del comentario)
- Formulario de pedido: Introducción del n.º de artículo y cantidad para permitir los pedidos rápidos
- Vista de impresión de los detalles de producto y páginas editoriales

2.3 Contenido interactivo

- Los clientes pueden hacer más que mirar las categorías, páginas y productos. También pueden ver las galerías de imágenes y participar activa o pasivamente en elementos de Web 2.0 como foros, blogs y libros de visitas

2.4 Cesta de la compra y pedido

Durante el proceso de pedido, el cliente tiene las opciones siguientes:

- Introducir una nota de pedido; la nota de pedido se aplica a todos los pasos siguientes, p. ej. para albaranes de entrega, en mensajes de correo electrónico, etc.
- Cambiar la cantidad de la cesta de la compra
- Quitar productos de la cesta de la compra
- Cambiar la moneda con una cesta de la compra llena
- Seleccionar una forma de entrega (actualizado automáticamente en caso de modificaciones)
- Seleccionar una forma de pago (actualizado automáticamente en caso de modificaciones); las páginas relevantes se añaden automáticamente al proceso de pedido (por ejemplo, para débito directo o pago diferido)
- Introducir la dirección de facturación y la dirección de entrega (si es distinta de la dirección de facturación), así como registro simultáneo (opcional)
- Aceptar Condiciones generales antes de realizar un pedido (puede configurarse como campo obligatorio)
- Tras finalizar un pedido, el cliente puede registrarse para la "garantía de devolución del dinero" de Trusted Shops, siempre que la tienda esté certificada por Trusted Shops
- El cliente (y el usuario) reciben un correo electrónico de confirmación del pedido; Además de eso, los clientes pueden imprimir los detalles del pedido en la última página del proceso de pedido

2.5 Búsqueda

- Búsqueda rápida de todo el contenido, imágenes incluidas
- Búsqueda rápida (de todos los productos o sólo los del catálogo actual)
- Búsqueda detallada (búsqueda avanzada, para límites por precio, sólo productos nuevos)

2.6 Reservas / Alquileres

- El cliente puede reservar productos y servicios durante un cierto periodo de tiempo, como una mesa en un restaurante, una cita en la peluquería, un apartamento de vacaciones o reservar un cortacésped
- Vista mensual con visualización de los días disponibles y ocupados

- Visualización de los horarios disponibles
- Reserva con datos personales
- Confirmación por correo electrónico (cancelación posible)

2.7 Funciones para clientes registrados

- Identificarse / Salir
- Acceso a pedidos con visualización del estado (Visto, Rechazado, En proceso, Pendiente, Listo para expedición, Expedido en parte, Expedido, Entregado, Facturado en parte, Facturado, Pagado en parte, Pagado, Cerrado)
- El paquete se puede seguir mediante UPS
- Cambiar dirección o contraseña
- ¿Ha olvidado su contraseña? Solicitar una nueva
- Listas de la compra (marcar productos para pedirlos más adelante)
 - Varias listas por cliente
 - Se puede asignar un nombre a las listas
 - Guardar cantidad y nombre del producto, eliminar o añadir productos
 - Fecha de la última modificación
 - Etiquetado de productos que no están en existencias o ya no están disponibles
 - Guardar cesta de la compra como lista de la compra -> Convertir lista de la compra en cesta de la compra
- Suscribirse al boletín
- Los clientes que no estén registrados serán informados de las ventajas de registrarse al ejecutarse las funciones, y tendrán la opción de registrarse