

# Elements Theme

Generated by the [Knowledge Base to PDF App](#)

# Index

<b>Elements Theme</b>	<b>3</b>
<b>Changelog</b>	<b>3</b>
12-12-2017 - Update	3
19-06-2019 - Update	3
28-06-2018 - Update	4
31-03-2018 - Update	4
21-03-2018 - Update	4
03-02-2018 - Update	5
22-01-2018 - Update	5
17-01-2018 - Update	6
15-05-2019 - Update	7
23-11-2017 - Update	7
15-11-2017 - Update	8
02-11-2017 - Update	8
10-10-2017 - Update	8
06-10-2017 - Launch Theme NA	9
05-10-2017 - Launch Theme EU	9
28-08-2017 - Announcement	9
<b>F.A.Q.</b>	<b>9</b>
Is it possible to make the sku appear on the product page?	10
Can we lower the amount of page-requests?	10
Recommended image sizes	10
<b>Documentation (English)</b>	<b>12</b>
5. Elements	12
4. Footer	15
3. Header	15
2. Styling	16
1. Theme	18
Introduction	20
<b>Documentation (Dutch)</b>	<b>20</b>
5. Elementen	20
4. Footer	24
3. Header	24
2. Styling	25
1. Thema	27
Introductie	29
<b>Documentation (German)</b>	<b>29</b>
5. Elemente	29
4. Footer	33
3. Header	33
2. Styling	34
1. Thema	36
Einführung	38
<b>Documentation (Français)</b>	<b>38</b>
5. Éléments	38
4. Footer	42
3. Header	42
2. Style	43
1. Thème	45
Introduction	47

# Elements Theme

## Changelog

### 12-12-2017 - Update

Last updated: 2017-12-12T15:25:22.000Z | [Online Version](#)

- Fix a delivery track bug causing out of stock products to display an unknown delivery time.
  - Fix of a bug on the productpage where the specification tab was hidden automatically
  - Fix of a bug on the productpage where the specification title was muted and a / would appear in front.
- 

### 19-06-2019 - Update

Last updated: 2019-06-19T12:41:48.000Z | [Online Version](#)

- When you activated discount codes in your Lightspeed eCom dashboard a link will now appear when the cart popup is clicked. It says "discount code?" with a direct link to the Lightspeed cart page instead of redirecting to the checkout page where the possibility to insert a discount code is not given anymore.
-

## **28-06-2018 - Update**

Last updated: 2018-06-28T18:13:00.000Z | [Online Version](#)

- Due to changes in Safari, our menu structure for more than 8 was not correctly displayed. To make it work again we decided to restructure the whole navigation.

The subcategories are now not loaded dynamically in 4 columns but divided over 25% width. This might influence the navigation for some shops. For a good layout, rearrange the subcategories in a way that the least whitespace is shown.

For rearranging go to your categories and than click on the button at the top "rearrange categories".

---

## **31-03-2018 - Update**

Last updated: 2018-03-31T06:57:57.000Z | [Online Version](#)

- Update to the newsletter code. Form had an issue submitting correctly. This is due to an class ID switch. Now the form submits correctly again.

---

## **21-03-2018 - Update**

Last updated: 2018-03-21T01:18:49.000Z | [Online Version](#)

- The H2 tag on the catalog and collection pages have now changes to H1.

---

## **03-02-2018 - Update**

Last updated: 2018-02-03T18:09:01.000Z | [Online Version](#)

- Fixing a displaying error of all brands on the brands page. From {{ brand in shop.brands }} to {{ brand in brands }}.

- Fix of a menu displaying error on NA server

---

## **22-01-2018 - Update**

Last updated: 2018-01-22T22:14:03.000Z | [Online Version](#)

- Fixing the cart bug on the product page when a product is added but needed to stay on same page after adding.

- A new temporary image placeholder on the productpage when the product has no image.

- Banner 1 adjusted heigth on mobile devices on NA server.

---

# 17-01-2018 - Update

Last updated: 2018-01-17T00:34:01.000Z | [Online Version](#)

- Separate the Animate.css script from css-owlcarousel.css
- Delete unleading path to css-style-elements script on the Fixed.rain file
- Updated style.css file
- Rename of the js-header-click.js file to js-header.js
- Delete the following outcommented and double lines from the Fixed.rain

```
<script src="{{ 'js-jquery.js' | url_asset }}"></script>  
<script src="{{ 'js-jquery-ui.js' | url_asset }}"></script>  
<script src="{{ 'js-bootstrap.js' | url_asset }}"></script>
```

- Added the jquery-menu-aim script for smoothing up navigation experience.
  - Rearranged the css-responsive.css file
-

## **15-05-2019 - Update**

Last updated: 2019-05-15T14:43:58.000Z | [Online Version](#)

- Updated Translation issues in the header
- If there's no popular suggestions mentioned in the theme settings, the header won't be shown in the search popup.
- Product bundles on the product pages are now updated and displayed correctly.
- In cart button formatting change for mobile viewports
- In cart popup now shows a trashcan button so customers can delete a product from the cart.
- When on the cart page on mobile. There was no possibility to change the quantity. This was due to an js error in the core files. This should now be possible again.

---

## **23-11-2017 - Update**

Last updated: 2017-11-23T15:49:35.000Z | [Online Version](#)

Fix of the USP links

---

## **15-11-2017 - Update**

Last updated: 2017-11-16T01:16:54.000Z | [Online Version](#)

- CSS update: banners now display correctly on mobile devices
  - HTML update: banners now display correctly on mobile devices
- 

## **02-11-2017 - Update**

Last updated: 2017-11-16T01:15:12.000Z | [Online Version](#)

- CSS update
  - HTML update
- 

## **10-10-2017 - Update**

Last updated: 2017-11-16T01:14:23.000Z | [Online Version](#)

Fix: Menu becomes scrollable with more than 5 items on desktops

Fix: Translation issues

---



## **06-10-2017 - Launch Theme NA**

Last updated: 2017-11-16T01:12:53.000Z | [Online Version](#)

New: Launch of the Element Theme in North America!

---

## **05-10-2017 - Launch Theme EU**

Last updated: 2017-11-16T01:11:59.000Z | [Online Version](#)

New: Launch of the Element Theme in Europe!

---

## **28-08-2017 - Announcement**

Last updated: 2017-11-16T01:10:55.000Z | [Online Version](#)

New: creation of the saleswebsite for the Elements Theme for Lightspeed

---

## **F.A.Q.**

### **Is it possible to make the sku appear on the product page?**

Last updated: 2018-03-21T01:33:13.000Z | [Online Version](#)

Yes, through custom work we can make the SKU of a product appear on the productpage. Please send in an email with the URL to your shop so we can send you a quote.

---

# Can we lower the amount of page-requests?

Last updated: 2018-03-21T01:31:51.000Z | [Online Version](#)

The number of requests is normal. It basically needs to load every item displayed on the website together with the JS and CSS scripts. However you may minimize the size of the request. For example throw all your images into a [compressor](#). Through custom work, we can also compile all the JS and CSS scripts. However it's a pain whenever changes to the stylesheets should be made.

---

## Recommended image sizes

Last updated: 2017-11-16T08:31:27.000Z | [Online Version](#)

### General

Logo: 290 x 100 pixels

Sliderimage: 1920 x 580 pixels

### Product / Category / Brand

Product: 450 x 450 pixels

Category: 450 x 450 pixels

Brand: 170 x 170 pixels

### Banners

*Note: When inserting a banner image in a "homepage banner (x) image" slot, you automatically enlarge the banner template with one level.*

#### Banner Template with 1 image:

Homepage Banner 1 image: 1140 x 450 pixels

Banner Template with 2 image:

Homepage Banner 1 image: 1024 x 512 pixels

Homepage Banner 2 image: 1024 x 512 pixels

Banner Template with 3 image:

Homepage Banner 1 image: 1200 x 800 pixels

Homepage Banner 2 image: 1200 x 800 pixels

Homepage Banner 3 image: 1200 x 800 pixels

Banner Template with 4 image:

Homepage Banner 1 image: 1024 x 1024 pixels

Homepage Banner 2 image: 1024 x 1024 pixels

Homepage Banner 3 image: 1024 x 1024 pixels

Homepage Banner 4 image: 1024 x 512 pixels

---

## **Documentation (English)**

### **5. Elements**

Last updated: 2018-04-03T23:11:43.000Z | [Online Version](#)

As explained in our introduction, the elements are the most interesting part of the theme. They give you the opportunity to shape and build the perfect layout for your shop. Each element has it's own content and adjustment settings. There are 8 elements in total:

- Slider element
- Category element
- Product element
- Brand element
- Tag element
- Banner element
- Unique selling point element

For each element you have several options to choose how you want to display the element. Finally, you can order the elements the way you like on the homepage through the 6.1 Homepage / Layout settings!

### 5.1 Element / Slider

The slider appears at the top of your store when activated. The image will stretch over the fullwidth of the page so make sure to upload slide images in the correct dimensions. As standard, you can add up to 3 slides in the Elements theme. If you need more slides, please consult our customization support desk.

- Slider speed: This defines how quick you want the slider to change to the next slide. The standard is 5000 milliseconds. If you want it faster you can opt for 2500. If you want to make it change slower you can choose for 10000 milliseconds.

- Slide activation: With this setting you can choose to show that particular slide or not. This way you can quickly activate recurrent slides for example.

- Slide background image: since high resolution images are not fully supported by Lightspeed we build a workaround to give you the possibility to upload every size of image. Go in the backoffice of your Lightspeed store to Tools and go to Files. Upload the image you want to use as a slide. When saved a download link becomes available. Use this link in the setting.

- Slide Text Color: This is the color given to the button and text for the slide.

- Slide Text: Every slide can contain text which resizes automatically on mobile devices

- Slide Button: With the slide button you can link the slide to a page. When you use your store internationally and different languages you can insert links to the catalog, collection, brand or blog page.

### 5.2 Element / Categories

On the homepage you can display the category element. It has the following options:

- Category header: There are 4 different ways to display the header above the element. The last style makes the header invisible. The text used for the header can also be adjusted

- Category Layout: Choose to display the categories in columns of 3, 4 or 6. You can also choose padding around each category giving it whitespace around.

- Category Style: Change the appearance of the categories by picking one of 4 styles to choose from.

- Category Border style: Every element can have 3 border options. No border, a lined border or a border with shadow around.

- Category Hover effect: When hovering over the element a responsive effect can occur. Choose between 15 great effects for all elements.

### 5.3 Element / Products

On the homepage you can display the product element. It has the following options:

- Product header: There are 4 different ways to display the header above the element. The last style makes the header invisible. The text used for the header can also be adjusted

- Product Layout: Choose to display the products in columns of 3, 4 or 6. You can also choose padding around each element giving it whitespace around.

- Product Style: Change the appearance of the products by picking one of 3 styles to choose from.

- Product Border style: Every element can have 3 border options. No border, a lined border or a border with shadow around.

- Product Hover effect: When hovering over the element a responsive effect can occur. Choose between 15 great effects for all elements.

### 5.4 Element / Brands

On the homepage you can display the brand element. It has the following options:

- Brand header: There are 4 different ways to display the header above the element. The last style makes the header invisible. The text used for the header can also be adjusted

- Brand Layout: Choose to display the brands in columns of 3, 4, 6 or 10. You can also choose padding around each element giving it whitespace around.

- Brand Style: Change the appearance of the categories by picking one of 4 styles to choose from.

- Brand Border style: Every element can have 3 border options. No border, a lined border or a border with shadow around.

- Brand Hover effect: When hovering over the element a responsive effect can occur. Choose between 15 great effects for all elements.

## 5.5 Element / Tags

On the homepage you can display the tag element. It has the following options:

- Tag header: There are 4 different ways to display the header above the element. The last style makes the header invisible. The text used for the header can also be adjusted.

## 5.6 Element / Blogs

On the homepage you can display the blog element. It has the following options:

- Blog header: There are 4 different ways to display the header above the element. The last style makes the header invisible. The text used for the header can also be adjusted

- Blog Layout: Choose to display the elements in columns of 3, 4 or 6. You can also choose padding around each element giving it whitespace around.

- Blog Style: Change the appearance of the elements by picking one of 4 styles to choose from.

- Blog Border style: Every element can have 3 border options. No border, a lined border or a border with shadow around.

- Blog Hover effect: When hovering over the element a responsive effect can occur. Choose between 15 great effects for all elements.

## 5.7 Element / Banner

There are four different ways to display the banner element. When uploading an image as a banner image you activate a new format. Below you see the different setups:

- 1 image
  - 2 images
  - 3 images
  - 4 images
-

## 4. Footer

Last updated: 2018-04-03T22:59:49.000Z | [Online Version](#)

The footer is covers the bottom of your shop. It includes the mail subscription form, social media buttons, links to formal pages as for example customer support, sitemap and some brief information about your store. Below it will show all the payment options available.

- Hallmarks appear at the top of the footer.

Footer style: At the launch, the theme will include only one footer style. We will announce new footer styles through our Crivex Newsletter. So, make sure you sign up for it as well!

### 4.1 Footer / Color

You can customize the footer of your shop further with colors.

- Footer background: This is the background of the footer

- Footer text color: Here you can change the color of the text in the footer

- Footer hover color: When hovering over links in the footer, these will lighten up with this color.

---

## 3. Header

Last updated: 2018-04-03T22:53:54.000Z | [Online Version](#)

The header is part displayed at the top of every page in your shop. It is the same throughout your store and includes the display of the logo, the currency and language options, the cart and search button and the main navigation.

We have been looking for a new and slicker way of displaying the menu. Since our themes are being used by smaller businesses with not so many products in a few categories as well as companies needing a bigger amount of submenu's we had to find a way to make it work for everybody. Looking at some of our nation's biggest online stores as for example Amazon of Bol.com we figured a collapsing fixed megamenu was the way to go. Since the navigation is at the heart of our designs, we started by making this work first. Not only on desktops but as well on mobile devices.

The menu is represented by a big bar. Once clicked on, the menu will collapse from there. We found out that customers love to click on a menu bar. Since this will trigger the feeling of control over where to browse to through the store. Once the menu opens, it's megamenu structure will give the user the

possibility to overview directly all the categories the store has to offer in a structured way. Since pages can become longer and longer, we fixed the navigation bar at the top at all time. Giving the user even more control and the opportunity to browse quicker.

Header style: We included 4 different headers to choose from. Making your store even more unique. To see all the different styles, you can check the 4 different presets. They all make use of a different header style. The big differences lie in the display of the top bar where you can share more information and the possibility to make it transparent.

- If you choose to use the top bar in the menu style (menu style 3 or 4). You can insert a telephone number, an email address and a store locator button for your physical store.

### 3.1 Header / Color

Top bar background: If you have selected header style 3 or 4 you are able to choose which color you want to use for the top bar. The navigation bar including the currency and language, cart button and search button is either transparent or can be changed in the color scheme setting from light or dark. (consult setting

### 2.1 Color Scheme)

### 3.2 Header / Search

Customers like to use the search button in stores. Because they want to know if the product that they look for is also available in other colors, or if there's any complementary products available. In these settings we give you the opportunity to steer your customers towards products you'd like them to see. Since they look for a specific product they might not be aware of other products that you offer in the store. By inserting search suggestions, you can help the client discovering products, categories or brands he might not even have thought off.

---

## 2. Styling

Last updated: 2018-04-03T00:54:25.000Z | [Online Version](#)

### 2.1 Styling / Schemes

Color scheme: With this setting you can change the overall look of your shop directly to a light color, a darker color or a mix. This basically inverts all the colors from your shop. Area's that are white will become black etc. For example, car shops, male product shops and shops selling watches tend to use this feature.



## 2.2 Styling / Colors

**Main color:** This is the color which you can find everywhere in your shop. We advise to use the color from your logo as a main color. For example, icons, bars and links, will adhere this color. The main hover color is the color which appears on hovering over these items.

**Title color:** If you want to change the color of the titles in your theme, this is the setting you're looking for. On every page the H1, H2 and H3 title color will change to the color you define here.

**In cart color:** As this is almost the most important button in your store, you want to be able to edit the color of this one. One believes a red color is the way to go, some others believe it's green or orange. You can try which color works best for you. The hover setting below defines the shadow border around the button. We suggest picking a somewhat darker version of the "in cart color" to make the button pop out.

## 2.3 Styling / Background

**Background image:** As a main background you can choose to display an image instead of a color. You can find many interesting patterns to use as a background image on this website. Speed wise, a colored background will load quicker in every browser.

- The settings below this one helps you to center and clone the pattern so it will cover the complete space of your background.
- You can also decide on uploading a full-width image. Keep in mind that bigger images will slow loading speed of your store whereas a pattern has a smaller size and is copied. Always compress images you upload. On this website you can compress JPG and PNG images.
- Inserting an image will overrule the color setting. Delete the background image to show just a colored background. This setting overrules the setting for colorscheme (2.1 Color Scheme).

## 2.4 Styling / Typography

To further customize your store, you can use one of the many Google webfonts included. Go to Google Fonts and pick the one you like best or which you already use in your logo, mailing etc. We included these fonts because there's many options to choose from, they load quick and are accepted by most browsers. There might be fonts not included to the list we offer in these font settings. To keep a little overview, we kept the most used. Feel free to ask us if we can include one you would like to have in your store and isn't in the list.

- **Font Special heading:** Choose a font for all the special headers in the theme. As for example in the slider and on banners.
- **Title Fonts:** All headers (H1,H2 and H3) will adhere to the font you choose for this setting.
- **Body Fonts:** All text will be using the font you pick here.

For some fonts the font-size might become too small on some screens. We can adjust this manually for you. Please consult our support desk at [support@crivex.nl](mailto:support@crivex.nl)

---

# 1. Theme

Last updated: 2018-04-03T00:39:02.000Z | [Online Version](#)

**Tutorial mode:** If you activate this option you can see in your browser where you can make changes to your shop. This will help you to discover the theme completely. We strongly advise to only use this option if you're shop isn't heavily visited since your customers might also see the instruction popups on their screens.

**Developer mode:** This function is for us to use in case of customization to your shop or template. Don't use this functionality if we don't ask it from you.

**Reviews:** Reviews are becoming more and more important. We suggest using one of the more known review companies. Most of the time they offer a plugin for Lightspeed in the form of a popup or overlay. Lightspeed accommodates also a build-in review system. This setting activates the Lightspeed review system on the product page. Once a review has been written for a product. A new tab will become available under the product information field on the product page.

**Scroll to top:** The longer the page gets, the longer it takes to scroll back to the top. Even though we offer a sticky menu that scrolls down with the page, you can activate a button which appears on the lower right corner of the screen when scrolling down. When clicked, you'll be send back up to the top of the page.

**Number Tags:** If you make use of tags for products, categories, blogs or whatever, you can show how many of those are attached to that tag. You can deactivate it if you have for example only 1 product attached to each tag.

**Logo:** Make sure to upload a logo with the correct dimensions. Don't forget as well to compress the image before uploading. This will help you through the Google Speedtest check. On this website you can compress JPG and PNG images. Upload a PNG image with a transparent background. This will give you the best result.

**Favicon:** A favicon is the little logo you see at the beginning of your browser bar. It will help you visualize which site is which. To create a favicon you can visit this website. You can either upload an image and resize it to a favicon or draw your own.

**Price display:** A lot of customers always ask is we can make changes in the way we display the price. Now you can do so directly! Three options are given. The first only shows the price by number. No currency code of symbol here. The second shows the currency code after the amount. And the third shows the currency symbol before the price.

- If you own a B2B shop, and activate the B2B setting in the main settings of your Lightspeed shop, the price will display the amount with the excluding VAT prefix.
- If your shop is active in Germany, you must set the legislation setting in the main settings to strict. For each product you must identify a groundprice. The groundprice is displayed directly beneath the actual price of the product. Furthermore the shipping costs will also become visible in reach of the price.

Sale ribbon: We understand you want every product on sale to be seen. Therefore, we created two different sale ribbons to choose from. The first covers the corner as a real ribbon does including some nice shadow effects. The second one looks more like a round stamp in the upper righthand corner. Of course you can also change the color to match your sale style.

---

## Introduction

Last updated: 2017-11-16T01:20:18.000Z | [Online Version](#)

Thank you for installing the Elements Theme for Lightspeed E-commerce. This is our 3rd theme for this platform and we used all our past experiences and knowledge to create the perfect experience for you as a shop owner as for your clients. We've written this guide to help you make full use of the theme. Please let us know if you encounter any problems. We're glad to help you out.

The Elements Theme is our first theme where you can customize the complete homepage of your shop. As the name for the theme reveals, this template is build up in ELEMENTS. There are 8 elements in total:

- Slider element
- Category element
- Product element
- Brand element
- Tag element
- Banner element
- Unique selling point element

For each element you have several options to choose how you want to display the element. Finally, you can order the elements the way you like on the homepage through the 6.1 Homepage / Layout settings!

---

## Documentation (Dutch)

### 5. Elementen

Last updated: 2018-04-03T23:12:35.000Z | [Online Version](#)

Zoals uitgelegd in onze inleiding, vormen de elementen het meest interessante deel van het thema. Ze bieden u de mogelijkheid om de perfecte lay-out voor uw winkel vorm te geven en te bouwen. Elk element heeft zijn eigen instellingen voor inhoud en aanpassing. Er zijn in totaal 8 elementen:

- Schuifelement
- Categorie-element
- Productelement
- Merkelement
- Tag element
- Bannerelement
- Uniek verkooppuntelement

Voor elk element hebt u verschillende opties om te kiezen hoe u het element wilt weergeven. Ten slotte kunt u de elementen zoals u dat wilt op de homepage bestellen via de 6.1 Homepage / Layout-instellingen!

#### 5.1 Element / schuifregelaar

De schuifregelaar verschijnt bovenaan uw winkel wanneer deze is geactiveerd. De afbeelding wordt over de hele breedte van de pagina uitgerekt, dus zorg ervoor dat u dia's in de juiste afmetingen uploadt. Standaard kunt u maximaal 3 dia's toevoegen in het thema Elements. Als u meer dia's nodig heeft, raadpleegt u onze aanpassingsondersteuning.

- Schuifsnellheid: dit bepaalt hoe snel je wilt dat de schuifregelaar naar de volgende dia gaat. De standaard is 5000 milliseconden. Als je het sneller wilt, kun je kiezen voor 2500. Als je het langzamer wilt laten veranderen, kun je kiezen voor 10000 milliseconden.
- Dia-activering: met deze instelling kunt u ervoor kiezen om die specifieke dia te laten zien of niet. Op deze manier kunt u terugkerende dia's bijvoorbeeld snel activeren.
- Schuif achtergrondafbeelding: aangezien afbeeldingen met een hoge resolutie niet volledig worden ondersteund door Lightspeed, bouwen we een oplossing om u de mogelijkheid te geven om elke beeldgrootte te uploaden. Ga in de backoffice van uw Lightspeed-winkel naar Tools en ga naar Bestanden. Upload de afbeelding die u als dia wilt gebruiken. Wanneer opgeslagen, wordt een downloadlink beschikbaar. Gebruik deze link in de instelling.
- Slide Text Color: dit is de kleur die wordt gegeven aan de knop en tekst voor de dia.
- Tekst dia: elke dia kan tekst bevatten die automatisch wordt aangepast op mobiele apparaten
- Schuifknop: met de schuifknop kunt u de dia aan een pagina koppelen. Wanneer u uw winkel internationaal en in verschillende talen gebruikt, kunt u links naar de catalogus, verzameling, merk van de blogpagina invoegen.

#### 5.2 Element / categorieën

Op de startpagina kunt u het categorie-element weergeven. Het heeft de volgende opties:

- Categorieheader: er zijn 4 verschillende manieren om de kop boven het element weer te geven. De laatste stijl maakt de header onzichtbaar. De tekst die voor de kop wordt gebruikt, kan ook worden aangepast
- Categorie-indeling: kies ervoor om de categorieën in kolommen van 3, 4 of 6 weer te geven. U kunt ook kies opvulling rond elke categorie en geef deze witruimte.
- Categoriestijl: verander het uiterlijk van de categorieën door een van de 4 stijlen te kiezen van.
- Categorie Randstijl: elk element kan drie randopties hebben. Geen rand, een gevoerde rand of een rand met schaduw rondom.
- Categoriebewegingseffect: wanneer u over het element zweeft, kan een responsief effect optreden. Kies tussen 15 geweldige effecten voor alle elementen.

### 5.3 Element / producten

Op de startpagina kunt u het productelement weergeven. Het heeft de volgende opties:

- Productheader: er zijn 4 verschillende manieren om de header boven het element weer te geven. De laatste stijl maakt de header onzichtbaar. De tekst die voor de kop wordt gebruikt, kan ook worden aangepast
- Productindeling: kies ervoor om de producten in kolommen van 3, 4 of 6 weer te geven. U kunt ook voor elk element opvulling kiezen, waardoor het witruimte krijgt.
- Productstijl: verander het uiterlijk van de producten door een van de 3 stijlen te kiezen om uit te kiezen.
- Productrandstijl: elk element kan drie randopties hebben. Geen rand, een omzoomde rand of een rand met schaduw eromheen.
- Productbewegingseffect: wanneer u over het element zweeft, kan een responsief effect optreden. Kies tussen 15 geweldige effecten voor alle elementen.

### 5.4 Element / merken

Op de startpagina kunt u het merkelement weergeven. Het heeft de volgende opties:

- Merkkop: er zijn 4 verschillende manieren om de kop boven het element weer te geven. De laatste stijl maakt de header onzichtbaar. De tekst die voor de kop wordt gebruikt, kan ook worden aangepast

- Merkindeling: kies ervoor om de merken weer te geven in kolommen van 3, 4, 6 of 10. U kunt ook kiezen voor opvulling rond elk element waardoor het witruimte krijgt.

- Merkstijl: verander het uiterlijk van de categorieën door een van de 4 stijlen te kiezen om uit te kiezen.

- Randstijl merk: elk element kan drie randopties hebben. Geen rand, een omzoomde rand of een rand met schaduw eromheen.

- Merk zweefteken: wanneer u over het element zweeft, kan een responsief effect optreden. Kies tussen 15 geweldige effecten voor alle elementen.

### 5.5 Element / tags

Op de startpagina kunt u het tagelement weergeven. Het heeft de volgende opties:

- Tag header: er zijn 4 verschillende manieren om de header boven het element weer te geven. De laatste stijl maakt de header onzichtbaar. De tekst die voor de kop wordt gebruikt, kan ook worden aangepast.

### 5.6 Element / blogs

Op de startpagina kunt u het blogelement weergeven. Het heeft de volgende opties:

- Blog-header: er zijn 4 verschillende manieren om de header boven het element weer te geven. De laatste stijl maakt de header onzichtbaar. De tekst die voor de kop wordt gebruikt, kan ook worden aangepast

- Blogindeling: kies ervoor om de elementen in kolommen van 3, 4 of 6 weer te geven. U kunt ook voor elk element opvulling kiezen waarbij het wit rond wordt weergegeven.

- Blogstijl: verander het uiterlijk van de elementen door een van de 4 stijlen te kiezen om uit te kiezen.

- Blog Border-stijl: elk element kan 3 randopties hebben. Geen rand, een omzoomde rand of een rand met schaduw eromheen.

- Blog-zweefeffect: wanneer u over het element zweeft, kan een responsief effect optreden. Kies tussen 15 geweldige effecten voor alle elementen.

### 5.7 Element / banner

Er zijn vier verschillende manieren om het bannerelement weer te geven. Wanneer u een afbeelding uploadt als een bannerafbeelding, activeert u een nieuw formaat. Hieronder ziet u de verschillende opstellingen:

- 1 afbeelding

- 2 afbeeldingen
  - 3 afbeeldingen
  - 4 afbeeldingen
- 

## 4. Footer

Last updated: 2018-04-03T23:00:25.000Z | [Online Version](#)

De voettekst bedekt de onderkant van uw winkel. Het bevat het e-mailabonnement, social-mediaknoppen, links naar formele pagina's zoals bijvoorbeeld klantenondersteuning, sitemap en enkele korte informatie over uw winkel. Hieronder worden alle beschikbare betalingsopties weergegeven.

- Keurmerken verschijnen bovenaan het voettekst.

Voetekststijl: bij de lancering bevat het thema slechts één voetekststijl. We zullen nieuwe footer-stijlen aankondigen via onze Crivex-nieuwsbrief. Dus zorg ervoor dat u zich ook aanmeldt!

### 4.1 Voetekst / kleur

U kunt de voetekst van uw winkel verder aanpassen met kleuren.

- Voetekstachtergrond: dit is de achtergrond van het voettekst

- Tekstkleur voetekst: hier kunt u de kleur van de tekst in de voetekst wijzigen

- Voetekst zweeftekleur: wanneer deze over de links in het voetekstje zweeft, zullen deze met deze kleur lichter worden.

---

## 3. Header

Last updated: 2018-04-03T22:54:30.000Z | [Online Version](#)

De koptekst wordt gedeeltelijk weergegeven bovenaan elke pagina in uw winkel. Het is hetzelfde in uw winkel en omvat de weergave van het logo, de valuta- en taalopties, de winkelwagen- en zoekknop en de hoofdnavigatie.

We zijn op zoek naar een nieuwe en betere manier om het menu te tonen. Omdat onze thema's worden gebruikt door kleinere bedrijven met niet zo veel producten in een paar categorieën en bedrijven die een groter aantal submenu's nodig hebben, moesten we een manier vinden om het voor iedereen te laten werken. Kijkend naar enkele van de grootste online winkels van ons land, zoals bijvoorbeeld Amazon of Bol.com, dachten we dat een instortende vaste megamenu de juiste keuze was. Omdat de navigatie de kern vormt van onze ontwerpen, zijn we begonnen met dit werk eerst te maken. Niet alleen op desktops, maar ook op mobiele apparaten.

Het menu wordt weergegeven door een grote balk. Eenmaal erop geklikt klapt het menu vanaf daar in. We ontdekten dat klanten graag op een menubalk klikken. Omdat dit het gevoel van controle over waar te bladeren naar door de winkel zal triggeren. Zodra het menu wordt geopend, geeft de megamenu-structuur de gebruiker de mogelijkheid om alle categorieën die de winkel op een gestructureerde manier te bieden heeft direct te bekijken. Omdat pagina's steeds langer kunnen worden, hebben we de navigatiebalk bovenaan altijd gefixt. De gebruiker nog meer controle en de mogelijkheid om sneller te bladeren.

Headerstijl: we hebben vier verschillende headers gekozen om uit te kiezen. Uw winkel nog unieker maken. Om alle verschillende stijlen te bekijken, kunt u de 4 verschillende presets bekijken. Ze maken allemaal gebruik van een andere headerstijl. De grote verschillen liggen in de weergave van de bovenste balk waar u meer informatie kunt delen en de mogelijkheid om deze transparant te maken.

- Als u ervoor kiest om de bovenste balk in de menustijl te gebruiken (menustijl 3 of 4). U kunt een telefoonnummer, een e-mailadres en een store locator-knop invoegen voor uw fysieke winkel.

### 3.1 Kop / Kleur

Bovenste balkachtergrond: als u kopstijl 3 of 4 hebt geselecteerd, kunt u kiezen welke kleur u wilt gebruiken voor de bovenste balk. De navigatiebalk inclusief de valuta en taal, de knop voor het winkelwagentje en de zoekknop is transparant of kan in de instelling voor het kleurschema worden gewijzigd in licht of donker. (raadpleeg instelling

#### 2.1 Kleurenschema)

### 3.2 Header / Zoeken

Klanten gebruiken de zoekknop graag in winkels. Omdat ze willen weten of het product waarnaar ze op zoek zijn ook in andere kleuren beschikbaar is of dat er aanvullende producten beschikbaar zijn. In deze instellingen bieden we u de mogelijkheid uw klanten te sturen naar producten die u graag zou zien. Omdat ze op zoek zijn naar een specifiek product, zijn ze misschien niet op de hoogte van andere producten die u in de winkel aanbiedt. Door zoeksuggesties in te voegen, kunt u de klant helpen bij het ontdekken van producten, categorieën of merken waarvan hij misschien niet eens heeft nagedacht.

---



## 2. Styling

Last updated: 2018-04-03T00:55:41.000Z | [Online Version](#)

### 2.1 Styling / schema's

Kleurenschema: met deze instelling kunt u het algehele uiterlijk van uw winkel rechtstreeks wijzigen in een lichte kleur, een donkere kleur of een mix. Dit in feite alle kleuren van uw winkel inverteert. Witte gebieden worden zwart enz. Autohinkels, winkels voor mannelijke producten en winkels die horloges verkopen, hebben de neiging deze functie te gebruiken.

### 2.2 Styling / kleuren

Hoofdkleur: Dit is de kleur die je overal in je winkel kunt vinden. We adviseren om de kleur van uw logo als hoofdkleur te gebruiken. Pictogrammen, balken en koppelingen zullen zich aan deze kleur houden. De hoofdkleur van de zweeftekst is de kleur die bij het zweven boven deze items wordt weergegeven.

Titelkleur: als u de kleur van de titels in uw thema wilt wijzigen, is dit de instelling die u zoekt. Op elke pagina verandert de titelkleur van H1, H2 en H3 in de kleur die u hier definieert.

In winkelwagen kleur: Aangezien dit bijna de belangrijkste knop in uw winkel is, wilt u de kleur van deze kunnen bewerken. Men gelooft dat een rode kleur de juiste weg is, sommige anderen geloven dat het groen of oranje is. U kunt proberen welke kleur het beste voor u werkt. De hover-instelling hieronder definieert de schaduwrand rond de knop. We raden aan een iets donkerdere versie van de 'in cart-kleur' te kiezen om de knop eruit te laten springen.

### 2.3 Styling / achtergrond

Achtergrondaafbeelding: als hoofdachtergrond kunt u kiezen om een afbeelding in plaats van een afbeelding weer te geven. Je kunt op deze website veel interessante patronen vinden om als achtergrondaafbeelding te gebruiken. Snel, een gekleurde achtergrond wordt sneller geladen in elke browser.

- Met de instellingen hieronder kun je het patroon centreren en klonen, zodat het de volledige ruimte van je achtergrond bedekt.
- U kunt ook beslissen om een afbeelding op volledige breedte te uploaden. Houd er rekening mee dat grotere afbeeldingen de laadsnelheid van uw winkel vertragen, terwijl een patroon kleiner is en wordt gekopieerd. Altijd afbeeldingen comprimeren die u uploadt. Op deze website kunt u JPG- en PNG-afbeeldingen comprimeren.
- Het invoegen van een afbeelding zal de kleurinstelling overrulen. Verwijder de achtergrondaafbeelding om alleen een gekleurde achtergrond weer te geven. Deze instelling overschrijft de instelling voor kleurenschema (2.1 Kleurenschema).

### 2.4 Styling / typografie

Als u uw winkel verder wilt aanpassen, kunt u een van de vele Google-webfonts gebruiken. Ga naar

Google Fonts en kies degene die je het leukst vindt of die je al in je logo, mailing enz. Gebruikt. We hebben deze lettertypen toegevoegd omdat er veel opties zijn om uit te kiezen, ze laden snel en worden door de meeste browsers geaccepteerd. Er kunnen lettertypen zijn die niet zijn opgenomen in de lijst die we bieden in deze lettertype-instellingen. Om een beetje overzicht te houden, hebben we het meest gebruikt. Aarzel niet om ons te vragen of we er een kunnen toevoegen die u in uw winkel zou willen hebben en staat niet in de lijst.

- Lettertype Speciale kop: kies een lettertype voor alle speciale koppen in het thema. Zoals bijvoorbeeld in de schuifregelaar en op banners.

- Titelllettertypen: alle koppen (H1, H2 en H3) houden zich aan het lettertype dat u voor deze instelling kiest.

- Body Fonts: Alle tekst zal het lettertype gebruiken dat je hier kiest.

Voor sommige lettertypen kan de lettergrootte op sommige schermen te klein worden. We kunnen dit handmatig voor u aanpassen. Raadpleeg onze supportdesk op [support@crivex.nl](mailto:support@crivex.nl)

---

# 1. Thema

Last updated: 2018-04-03T00:40:01.000Z | [Online Version](#)

Modus Zelfstudie: als u deze optie activeert, kunt u in uw browser zien waar u wijzigingen in uw winkel kunt aanbrengen. Dit zal u helpen om het thema volledig te ontdekken. We raden u ten eerste aan om deze optie alleen te gebruiken als uw winkel niet zwaar wordt bezocht, omdat uw klanten ook de opdracht popups op hun scherm kunnen zien.

Ontwikkelaarsmodus: deze functie is voor ons om te gebruiken in geval van aanpassing aan uw winkel of sjabloon. Gebruik deze functionaliteit niet als we u dit niet vragen.

Recensies: beoordelingen worden steeds belangrijker. We raden aan om een van de meer bekende beoordelingsbedrijven te gebruiken. Meestal bieden ze een plug-in voor Lightspeed in de vorm van een popup of overlay. Lightspeed biedt ook een ingebouwd beoordelingssysteem. Deze instelling activeert het Lightspeed-beoordelingssysteem op de productpagina. Nadat een beoordeling voor een product is geschreven. Een nieuw tabblad zal beschikbaar zijn onder het veld met productinformatie op de productpagina.

Scroll naar boven: Hoe langer de pagina wordt, hoe langer het duurt om terug te bladeren naar de top. Hoewel we een plakkerig menu aanbieden dat naar beneden schuift met de pagina, kunt u een knop activeren die in de rechterbenedenhoek van het scherm verschijnt wanneer u naar beneden scrollt. Wanneer erop wordt geklikt, wordt u terug naar de bovenkant van de pagina verzonden.

Nummer Tags: als u gebruikmaakt van tags voor producten, categorieën, blogs of wat dan ook, kunt u laten zien hoeveel van die tags aan die tag zijn gekoppeld. U kunt het deactiveren als u bijvoorbeeld slechts één product aan elke tag hebt gekoppeld.

Logo: zorg ervoor dat u een logo uploadt met de juiste afmetingen. Vergeet ook niet om de afbeelding te comprimeren alvorens te uploaden. Dit zal u helpen bij de Google Speedtest-controle. Op deze website kunt u JPG- en PNG-afbeeldingen comprimeren. Upload een PNG-afbeelding met een transparante achtergrond. Dit geeft je het beste resultaat.

Favicon: een favicon is het kleine logo dat u aan het begin van uw browserbalk ziet. Het zal u helpen visualiseren welke site welke is. Om een favicon te maken, kun je deze website bezoeken. Je kunt een afbeelding uploaden en het formaat wijzigen in een favicon of je eigen afbeelding tekenen.

Prijswaargave: veel klanten vragen altijd of we veranderingen kunnen aanbrengen in de manier waarop we de prijs waargaven. Nu kunt u dit direct doen! Er worden drie opties gegeven. De eerste toont alleen de prijs op nummer. Geen valutacode van symbool hier. De tweede toont de valutacode na het bedrag. En de derde toont het valutasympool voor de prijs.

- Als u een B2B-winkel heeft en de B2B-instelling in de hoofdinellingen van uw Lightspeed-winkel activeert, geeft de prijs het bedrag weer met het voorvoegsel exclusief btw.
- Als uw winkel actief is in Duitsland, moet u de wetgeving in de hoofdinellingen strikt instellen. Voor elk product moet u een grondprijs identificeren. De gemalen prijs wordt direct onder de werkelijke prijs van het product weergegeven. Bovendien worden de verzendkosten ook zichtbaar binnen het bereik van de prijs.

Verkooplint: we begrijpen dat u wilt dat elk product in de uitverkoop zichtbaar is. Daarom hebben we twee verschillende verkooplinten gemaakt om uit te kiezen. De eerste bedekt de hoek als een echt lint, inclusief een aantal leuke schaduweffecten. De tweede lijkt meer op een ronde stempel in de rechterbovenhoek. Natuurlijk kunt u de kleur ook aanpassen aan uw verkoopstijl.

---

# Introductie

Last updated: 2018-04-03T00:34:07.000Z | [Online Version](#)

Bedankt voor het installeren van het Elements Theme for Lightspeed E-commerce. Dit is ons 3e thema voor dit platform en we gebruikten al onze eerdere ervaringen en kennis om de perfecte ervaring te creëren voor u als winkeleigenaar en voor uw klanten. We hebben deze handleiding geschreven om u te helpen volledig gebruik te maken van de thema. Laat het ons weten als u problemen ondervindt. We helpen je graag verder.

Het Elements-thema is ons eerste thema waarmee u de volledige startpagina van uw kunt aanpassen winkel. Zoals de naam voor het thema onthult, is deze sjabloon opgebouwd in ELEMENTS. Er zijn er 8 elementen in totaal:

- Schuifelement
- Categorie-element
- Productelement
- Merkelement
- Tag element
- Bannerelement
- Uniek verkooppuntelement

Voor elk element hebt u verschillende opties om te kiezen hoe u het element wilt weergeven. Tenslotte, je kunt de elementen zoals je wilt op de homepagina bestellen via de 6.1 Homepage / Layout instellingen!

---

## Documentation (German)

### 5. Elemente

Last updated: 2018-04-03T23:15:20.000Z | [Online Version](#)

Wie in unserer Einführung erläutert, sind die Elemente der interessanteste Teil des Themas. Sie geben Ihnen die Möglichkeit, das perfekte Layout für Ihren Shop zu gestalten und zu erstellen. Jedes Element verfügt über eigene Einstellungen für Inhalt und Anpassung. Es gibt insgesamt 8 Elemente:

- Schieberelement
- Kategorieelement
- Produktelement
- Markenelement

- Tag-Element
- Bannerelement
- Alleinstellungsmerkmal

Für jedes Element haben Sie mehrere Optionen, um auszuwählen, wie das Element angezeigt werden soll. Abschließend können Sie die Elemente auf der Homepage nach Wunsch über die 6.1 Homepage / Layout-Einstellungen bestellen!

### 5.1 Element / Schieberegler

Der Schieberegler wird bei Aktivierung oben in Ihrem Geschäft angezeigt. Das Bild wird sich über die gesamte Breite der Seite erstrecken. Stellen Sie daher sicher, dass Sie die Bilder in den richtigen Abmessungen hochladen. Standardmäßig können Sie im Elements-Design bis zu drei Folien hinzufügen. Wenn Sie mehr Folien benötigen, wenden Sie sich bitte an unseren Kundendienst.

- Slider-Geschwindigkeit: Hier wird festgelegt, wie schnell der Schieberegler zur nächsten Folie wechseln soll. Der Standard beträgt 5000 Millisekunden. Wenn Sie es schneller wollen, können Sie 2500 wählen. Wenn Sie es langsamer ändern möchten, können Sie für 10000 Millisekunden wählen.
- Slide activation: Mit dieser Einstellung können Sie auswählen, ob die Folie angezeigt werden soll oder nicht. Auf diese Weise können Sie z. B. wiederkehrende Folien schnell aktivieren.
- Hintergrundbild verschieben: Da Bilder mit hoher Auflösung von Lightspeed nicht vollständig unterstützt werden, erstellen wir eine Umgehungslösung, um Ihnen die Möglichkeit zu geben, jede Bildgröße hochzuladen. Geh in das Backoffice deines Lightspeed-Stores zu Tools und gehe zu Dateien. Laden Sie das Bild hoch, das Sie als Folie verwenden möchten. Wenn gespeichert, wird ein Download-Link verfügbar. Verwenden Sie diesen Link in der Einstellung.
- Textfarbe für Folie: Dies ist die Farbe, die der Schaltfläche und dem Text für die Folie zugewiesen wird.
- Slide Text: Jede Folie kann Text enthalten, der automatisch auf mobilen Geräten skaliert
- Schiebeschaltfläche: Mit der Schiebeschaltfläche können Sie die Folie mit einer Seite verknüpfen. Wenn Sie Ihr Geschäft international und in verschiedenen Sprachen verwenden, können Sie Links zum Katalog, zur Sammlung und zur Marke der Blog-Seite einfügen.

### 5.2 Element / Kategorien

Auf der Startseite können Sie das Kategorieelement anzeigen. Es hat folgende Möglichkeiten:

- Kategorie-Kopfzeile: Es gibt 4 verschiedene Möglichkeiten, die Kopfzeile über dem Element anzuzeigen. Der letzte Stil macht den Header unsichtbar. Der für den Header verwendete Text kann ebenfalls angepasst werden

- Kategorielayou: Wählen Sie, ob die Kategorien in den Spalten 3, 4 oder 6 angezeigt werden sollen. Sie können auch

Wählen Sie für jede Kategorie eine Füllung aus und geben Sie ihr Whitespace.

- Kategoriestil: Ändern Sie das Aussehen der Kategorien, indem Sie einen von 4 Stilen auswählen von.

- Kategorie Rahmenstil: Jedes Element kann 3 Rahmenoptionen haben. Keine Grenze, eine linierte Grenze oder eine Grenze mit Schatten herum.

- Kategorie Hover-Effekt: Wenn Sie den Mauszeiger über das Element bewegen, kann ein Reaktionseffekt auftreten. Wählen Sie zwischen 15 tollen Effekten für alle Elemente.

### 5.3 Element / Produkte

Auf der Startseite können Sie das Produktelement anzeigen. Es hat folgende Möglichkeiten:

- Produktkopfzeile: Es gibt 4 verschiedene Möglichkeiten, die Kopfzeile über dem Element anzuzeigen. Der letzte Stil macht den Header unsichtbar. Der für den Header verwendete Text kann ebenfalls angepasst werden

- Produktlayout: Wählen Sie diese Option aus, um die Produkte in den Spalten 3, 4 oder 6 anzuzeigen. Sie können auch für jedes Element ein Padding auswählen, das den Leerraum umschließt.

- Product Style: Ändern Sie das Aussehen der Produkte, indem Sie einen von 3 Stilen auswählen.

- Product Border Stil: Jedes Element kann 3 Rahmenoptionen haben. Keine Grenze, eine linierte Grenze oder eine Grenze mit Schatten herum.

- Produkt-Hover-Effekt: Wenn Sie über das Element schweben, kann ein Reaktionseffekt auftreten. Wählen Sie zwischen 15 tollen Effekten für alle Elemente.

### 5.4 Element / Marken

Auf der Startseite können Sie das Markenelement anzeigen. Es hat folgende Möglichkeiten:

- Markenkopfzeile: Es gibt vier verschiedene Möglichkeiten, die Kopfzeile über dem Element anzuzeigen. Der letzte Stil macht den Header unsichtbar. Der für den Header verwendete Text kann ebenfalls angepasst werden

- Markenlayout: Wählen Sie diese Option aus, um die Marken in den Spalten 3, 4, 6 oder 10 anzuzeigen. Sie können auch um jedes Element herum ein Padding auswählen, sodass es Leerzeichen enthält.

- Markenstil: Ändern Sie das Aussehen der Kategorien, indem Sie einen von 4 Stilen auswählen.

- Markenrahmen-Stil: Jedes Element kann 3 Rahmenoptionen haben. Keine Grenze, eine linierte Grenze oder eine Grenze mit Schatten herum.

- Brand-Hover-Effekt: Wenn Sie über das Element schweben, kann ein Reaktionseffekt auftreten. Wählen Sie zwischen 15 tollen Effekten für alle Elemente.

#### 5.5 Element / Tags

Auf der Startseite können Sie das Tag-Element anzeigen. Es hat folgende Möglichkeiten:

- Tag-Kopfzeile: Es gibt 4 verschiedene Möglichkeiten, die Kopfzeile über dem Element anzuzeigen. Der letzte Stil macht den Header unsichtbar. Der für den Header verwendete Text kann ebenfalls angepasst werden.

#### 5.6 Element / Blogs

Auf der Startseite können Sie das Blog-Element anzeigen. Es hat folgende Möglichkeiten:

- Blog-Kopfzeile: Es gibt vier verschiedene Möglichkeiten, die Kopfzeile über dem Element anzuzeigen. Der letzte Stil macht den Header unsichtbar. Der für den Header verwendete Text kann ebenfalls angepasst werden

- Blog-Layout: Wählen Sie diese Option aus, um die Elemente in den Spalten 3, 4 oder 6 anzuzeigen. Sie können auch um jedes Element herum ein Padding auswählen, das den Leerraum umgibt.

- Blog-Stil: Ändern Sie das Aussehen der Elemente, indem Sie einen von 4 Stilen auswählen.

- Blog Border Stil: Jedes Element kann 3 Rahmenoptionen haben. Keine Grenze, eine linierte Grenze oder eine Grenze mit Schatten herum.

- Blog Hover-Effekt: Wenn Sie den Mauszeiger über das Element bewegen, kann ein Reaktionseffekt auftreten. Wählen Sie zwischen 15 tollen Effekten für alle Elemente.

#### 5.7 Element / Banner

Es gibt vier verschiedene Möglichkeiten, das Bannerelement anzuzeigen. Wenn Sie ein Bild als Bannerbild hochladen, aktivieren Sie ein neues Format. Unten sehen Sie die verschiedenen Setups:

- 1 Bild
- 2 Bilder
- 3 Bilder
- 4 Bilder



## 4. Footer

Last updated: 2018-04-03T23:01:42.000Z | [Online Version](#)

Die Fußzeile bedeckt den Boden Ihres Shops. Es enthält das Mail-Abonnement-Formular, Social-Media-Buttons, Links zu formalen Seiten wie zum Beispiel Kunden-Support, Sitemap und einige kurze Informationen zu Ihrem Geschäft. Darunter werden alle verfügbaren Zahlungsoptionen angezeigt.

- Am oberen Rand der Fußzeile erscheinen Kennzeichen.

Fußzeilenstil: Beim Start enthält das Thema nur einen Fußzeilenstil. Wir werden neue Footer Styles über unseren Crivex Newsletter ankündigen. Also, stellen Sie sicher, dass Sie sich auch dafür anmelden!

### 4.1 Fußzeile / Farbe

Sie können die Fußzeile Ihres Shops mit Farben weiter anpassen.

- Fußzeilenhintergrund: Dies ist der Hintergrund der Fußzeile

- Fußtextfarbe: Hier können Sie die Farbe des Textes in der Fußzeile ändern

- Fußzeilen-Hover-Farbe: Wenn Sie über Links in der Fußzeile schweben, werden diese mit dieser Farbe heller.

---

## 3. Header

Last updated: 2018-04-03T22:55:18.000Z | [Online Version](#)

Der Header wird oben auf jeder Seite in Ihrem Shop angezeigt. Es ist das gleiche in Ihrem Geschäft und umfasst die Anzeige des Logos, der Währung und der Sprachoptionen, des Warenkorbs und der Suchschaltfläche sowie der Hauptnavigation.

Wir haben nach einer neuen und schlauerer Art gesucht, das Menü anzuzeigen. Da unsere Themen von kleineren Unternehmen mit nicht so vielen Produkten in einigen Kategorien verwendet werden, sowie von Unternehmen, die eine größere Anzahl von Untermenüs benötigen, mussten wir einen Weg finden, damit es für alle funktioniert. Mit Blick auf einige der größten Online-Shops unserer Nation, wie zum Beispiel Amazon von Bol.com, stellten wir fest, dass ein kollabierendes festes Megamenu der richtige Weg war. Da die Navigation im Mittelpunkt unserer Entwürfe steht, haben wir diese Arbeit zuerst gemacht. Nicht nur auf Desktops, sondern auch auf mobilen Geräten.



Die Speisekarte wird durch eine große Bar dargestellt. Einmal angeklickt, wird das Menü von dort aus kollabieren. Wir haben festgestellt, dass Kunden gerne auf eine Menüleiste klicken. Da dies das Gefühl der Kontrolle über wohin durch den Laden zu suchen auslösen wird. Sobald das Menü geöffnet ist, wird die Megamenu-Struktur dem Benutzer die Möglichkeit geben, alle Kategorien, die der Laden anbietet, auf strukturierte Weise direkt anzuzeigen. Da Seiten länger und länger werden können, haben wir die Navigationsleiste immer oben fixiert. Das gibt dem Benutzer noch mehr Kontrolle und die Möglichkeit, schneller zu surfen.

Header-Stil: Wir haben 4 verschiedene Header zur Auswahl. Machen Sie Ihr Geschäft noch einzigartiger. Um alle verschiedenen Stile zu sehen, können Sie die 4 verschiedenen Presets überprüfen. Sie alle verwenden einen anderen Header-Stil. Die großen Unterschiede liegen in der Darstellung der oberen Leiste, wo Sie mehr Informationen teilen und transparent machen können.

- Wenn Sie die obere Leiste im Menüstil verwenden (Menüstil 3 oder 4). Sie können eine Telefonnummer, eine E-Mail-Adresse und eine Store-Locator-Schaltfläche für Ihr Geschäft eingeben.

### 3.1 Kopfzeile / Farbe

Hintergrund der oberen Leiste: Wenn Sie die Überschrift 3 oder 4 ausgewählt haben, können Sie auswählen, welche Farbe für die obere Leiste verwendet werden soll. Die Navigationsleiste mit den Schaltflächen Währung und Sprache, Einkaufswagen und Suche ist entweder transparent oder kann in der Farbschemaeinstellung von hell oder dunkel geändert werden. (siehe Einstellung

### 2.1 Farbschema)

### 3.2 Kopfzeile / Suche

Kunden möchten den Suchknopf in Geschäften verwenden. Weil sie wissen wollen, ob das Produkt, nach dem sie suchen, auch in anderen Farben erhältlich ist oder ob es ergänzende Produkte gibt. In diesen Einstellungen geben wir Ihnen die Möglichkeit, Ihre Kunden zu Produkten zu führen, die Sie sehen möchten. Da sie nach einem bestimmten Produkt suchen, kennen sie möglicherweise nicht andere Produkte, die Sie im Geschäft anbieten. Durch das Einfügen von Suchvorschlägen können Sie dem Kunden helfen, Produkte, Kategorien oder Marken zu entdecken, an die er vielleicht nicht einmal gedacht hat.

---

## 2. Styling

Last updated: 2018-04-03T01:03:08.000Z | [Online Version](#)

### 2.1 Styling / Schemata

Farbschema: Mit dieser Einstellung können Sie das Gesamtbild Ihres Shops direkt in eine helle Farbe, eine dunklere Farbe oder eine Mischung ändern. Dies invertiert grundsätzlich alle Farben in Ihrem Shop. Bereiche, die weiß sind, werden schwarz usw. Beispielsweise neigen Autowerkstätten, Geschäfte für männliche Produkte und Geschäfte, die Uhren verkaufen, dazu, diese Funktion zu verwenden.

## 2.2 Styling / Farben

Hauptfarbe: Dies ist die Farbe, die Sie überall in Ihrem Geschäft finden können. Wir empfehlen, die Farbe Ihres Logos als Hauptfarbe zu verwenden. Zum Beispiel werden Symbole, Balken und Links diese Farbe beibehalten. Die Hauptfarbe des Mauszeigers ist die Farbe, die beim Schweben über diesen Objekten angezeigt wird.

Titelfarbe: Wenn Sie die Farbe der Titel in Ihrem Thema ändern möchten, ist dies die Einstellung, nach der Sie suchen. Auf jeder Seite ändert sich die Titelfarbe H1, H2 und H3 zu der Farbe, die Sie hier definieren.

In Warenkorb Farbe: Da dies fast die wichtigste Schaltfläche in Ihrem Geschäft ist, möchten Sie in der Lage sein, die Farbe von diesem zu bearbeiten. Einer glaubt, dass eine rote Farbe der Weg ist, andere glauben, dass es grün oder orange ist. Sie können versuchen, welche Farbe für Sie am besten geeignet ist. Die folgende Einstellung für den Mauszeiger definiert den Schattenrand um die Schaltfläche. Wir empfehlen, eine etwas dunklere Version der "Warenkorbfarbe" zu wählen, um den Knopf herauspringen zu lassen.

## 2.3 Styling / Hintergrund

Hintergrundbild: Als Haupthintergrund können Sie ein Bild anstelle einer Farbe anzeigen lassen. Sie können viele interessante Muster als Hintergrundbild auf dieser Website finden. Geschwindigkeit, ein farbiger Hintergrund lädt schneller in jedem Browser.

- Die Einstellungen darunter helfen Ihnen, das Muster zu zentrieren und zu klonen, so dass es den gesamten Raum Ihres Hintergrunds abdeckt.
- Sie können auch entscheiden, ein Bild in voller Breite hochzuladen. Denken Sie daran, dass größere Bilder die Ladegeschwindigkeit Ihres Geschäfts verlangsamen, während ein Muster kleiner ist und kopiert wird. Komprimieren Sie die hochgeladenen Bilder immer. Auf dieser Website können Sie JPG- und PNG-Bilder komprimieren.
- Wenn Sie ein Bild einfügen, wird die Farbeinstellung überschrieben. Löschen Sie das Hintergrundbild, um nur einen farbigen Hintergrund anzuzeigen. Diese Einstellung überschreibt die Einstellung für Farbschema (2.1 Farbschema).

## 2.4 Styling / Typografie

Zur weiteren Anpassung Ihres Geschäfts können Sie eines der vielen enthaltenen Google Webfonts verwenden. Gehen Sie zu Google Fonts und wählen Sie die, die Ihnen am besten gefällt oder die Sie bereits in Ihrem Logo, Mailing usw. verwenden. Wir haben diese Fonts aufgenommen, weil es viele Optionen gibt, die schnell geladen werden und von den meisten Browsern akzeptiert werden. Es könnte Schriften geben, die nicht in der Liste enthalten sind, die wir in diesen Schriftarteinstellungen anbieten.

Um einen kleinen Überblick zu behalten, haben wir uns am meisten benutzt. Fühlen Sie sich frei, uns zu fragen, ob wir eine, die Sie in Ihrem Geschäft haben möchten, und ist nicht in der Liste enthalten.

- Schrift Sonderüberschrift: Wählen Sie eine Schriftart für alle speziellen Überschriften im Thema. Wie zum Beispiel im Slider und auf Bannern.

- Title Fonts: Alle Header (H1, H2 und H3) entsprechen der Schriftart, die Sie für diese Einstellung auswählen.

- Body Fonts: Der gesamte Text verwendet die Schriftart, die Sie hier auswählen.

Bei einigen Schriftarten könnte die Schriftgröße auf einigen Bildschirmen zu klein werden. Wir können dies manuell für Sie anpassen. Bitte wenden Sie sich an unseren Support unter [support@crivex.nl](mailto:support@crivex.nl)

---

# 1. Thema

Last updated: 2018-04-03T00:42:11.000Z | [Online Version](#)

**Tutorial-Modus:** Wenn Sie diese Option aktivieren, können Sie in Ihrem Browser sehen, wo Sie Änderungen an Ihrem Shop vornehmen können. Dies wird Ihnen helfen, das Thema vollständig zu entdecken. Wir empfehlen dringend, diese Option nur zu verwenden, wenn Ihr Shop nicht sehr besucht ist, da Ihre Kunden möglicherweise auch die Anweisungen auf ihren Bildschirmen sehen.

**Entwicklermodus:** Diese Funktion wird von uns im Falle einer Anpassung an Ihren Shop oder Ihre Vorlage verwendet. Verwenden Sie diese Funktionalität nicht, wenn wir sie nicht von Ihnen verlangen.

**Bewertungen:** Bewertungen werden immer wichtiger. Wir schlagen vor, eines der bekannteren Review-Unternehmen zu verwenden. Meistens bieten sie ein Plugin für Lightspeed in Form eines Popups oder Overlays an. Lightspeed bietet auch ein integriertes Review-System. Diese Einstellung aktiviert das Lightspeed-Überprüfungssystem auf der Produktseite. Sobald eine Rezension für ein Produkt geschrieben wurde. Ein neuer Tab wird unter dem Produktinformationsfeld auf der Produktseite verfügbar.

**Nach oben scrollen:** Je länger die Seite wird, desto länger dauert das Zurückscrollen nach oben. Obwohl wir ein Sticky-Menü anbieten, das mit der Seite nach unten scrollt, können Sie eine Taste aktivieren, die beim Scrollen in der unteren rechten Ecke des Bildschirms erscheint. Wenn Sie darauf klicken, werden Sie zurück zum Anfang der Seite gesendet.

**Number Tags:** Wenn Sie Tags für Produkte, Kategorien, Blogs oder was auch immer verwenden, können Sie anzeigen, wie viele davon an dieses Tag angehängt sind. Sie können es deaktivieren, wenn Sie beispielsweise nur ein Produkt an jedes Tag angehängt haben.

**Logo:** Stellen Sie sicher, dass Sie ein Logo mit den richtigen Abmessungen hochladen. Vergessen Sie nicht, das Bild vor dem Hochladen zu komprimieren. Dies hilft Ihnen bei der Google Speedtest-Überprüfung. Auf dieser Website können Sie JPG- und PNG-Bilder komprimieren. Laden Sie ein PNG-Bild mit einem transparenten Hintergrund hoch. Dadurch erhalten Sie das beste Ergebnis.

Favicon: Ein Favicon ist das kleine Logo, das du am Anfang deiner Browserleiste siehst. Es wird Ihnen helfen zu visualisieren, welcher Standort welcher ist. Um ein Favicon zu erstellen, können Sie diese Website besuchen. Sie können entweder ein Bild hochladen und seine Größe in ein Favicon ändern oder es selbst zeichnen.

Preisanzeige: Viele Kunden fragen immer, ob wir Änderungen in der Preisanzeige vornehmen können. Jetzt können Sie das direkt tun! Drei Optionen sind angegeben. Der erste zeigt nur den Preis nach Nummer. Kein Währungscode des Symbols hier. Die zweite zeigt den Währungscode nach dem Betrag. Und die dritte zeigt das Währungssymbol vor dem Preis.

- Wenn Sie einen B2B-Shop besitzen und die B2B-Einstellung in den Haupteinstellungen Ihres Lightspeed-Shops aktivieren, zeigt der Preis den Betrag mit dem MwSt-Präfix an.
- Wenn Ihr Shop in Deutschland aktiv ist, müssen Sie die Gesetzgebung in den Haupteinstellungen auf streng einstellen. Für jedes Produkt müssen Sie einen Grundpreis angeben. Der Grundpreis wird direkt unter dem tatsächlichen Preis des Produkts angezeigt. Darüber hinaus werden die Versandkosten auch in Reichweite des Preises sichtbar.

Verkaufsband: Wir verstehen, dass Sie möchten, dass jedes Produkt im Verkauf gesehen wird. Daher haben wir zwei verschiedene Verkaufsbänder zur Auswahl gestellt. Das erste deckt die Ecke ab, wie ein echtes Band, einschließlich einiger schöner Schatteneffekte. Der zweite sieht eher wie ein runder Stempel in der oberen rechten Ecke aus. Natürlich können Sie die Farbe auch ändern, um Ihrem Verkaufsstil zu entsprechen.

---

# Einführung

Last updated: 2018-04-03T00:36:27.000Z | [Online Version](#)

Vielen Dank für die Installation des Elements Theme für Lightspeed E-Commerce. Dies ist unser 3. Thema für Diese Plattform und wir haben all unsere Erfahrungen und unser Wissen genutzt, um das perfekte Erlebnis zu schaffen für Sie als Shop-Betreiber wie für Ihre Kunden. Wir haben diesen Leitfaden geschrieben, um Ihnen zu helfen, den Thema. Bitte lassen Sie uns wissen, wenn Sie Probleme haben. Wir helfen Ihnen gerne weiter.

Das Elements Theme ist unser erstes Theme, mit dem Sie die komplette Homepage Ihres Geschäft. Wie der Name des Themas verrät, ist diese Vorlage in ELEMENTS aufgebaut. Es gibt 8 Elemente insgesamt:

- Schieberelement
- Kategorieelement
- Produktelement
- Markenelement
- Tag-Element
- Bannerelement
- Alleinstellungsmerkmal

Für jedes Element haben Sie mehrere Optionen, um auszuwählen, wie das Element angezeigt werden soll. Endlich, Sie können die Elemente nach Ihren Wünschen auf der Homepage über die 6.1 Homepage / Layout bestellen die Einstellungen!

---

## Documentation (Français)

### 5. Éléments

Last updated: 2018-04-03T23:14:02.000Z | [Online Version](#)

Comme expliqué dans notre introduction, les éléments sont la partie la plus intéressante du thème. Ils vous donnent l'occasion de façonner et de construire la mise en page parfaite pour votre magasin. Chaque élément a ses propres paramètres de contenu et d'ajustement. Il y a 8 éléments au total:

- Élément coulissant
- Élément de catégorie
- Élément de produit
- Élément de marque

- Élément de balise
- Élément de bannière
- Élément unique de point de vente

Pour chaque élément, vous avez plusieurs options pour choisir comment vous voulez afficher l'élément. Enfin, vous pouvez commander les éléments comme vous le souhaitez sur la page d'accueil via les paramètres 6.1 Homepage / Mise en page!

### 5.1 Élément / Slider

Le curseur apparaît en haut de votre magasin lorsqu'il est activé. L'image s'étendra sur toute la largeur de la page, assurez-vous de télécharger des images de diapositives dans les bonnes dimensions. En standard, vous pouvez ajouter jusqu'à 3 diapositives dans le thème Elements. Si vous avez besoin de plus de diapositives, veuillez consulter notre bureau d'assistance à la personnalisation.

- Vitesse du curseur: définit la rapidité avec laquelle le curseur doit passer à la diapositive suivante. La norme est de 5000 millisecondes. Si vous le voulez plus vite, vous pouvez opter pour 2500. Si vous voulez le faire changer plus lentement, vous pouvez choisir pour 10000 millisecondes.

- Activation de la diapositive: avec ce paramètre, vous pouvez choisir d'afficher cette diapositive particulière ou non. De cette façon, vous pouvez rapidement activer des diapositives récurrentes par exemple.

- Slide background image: puisque les images haute résolution ne sont pas entièrement supportées par Lightspeed, nous construisons une solution de contournement pour vous donner la possibilité de télécharger toutes les tailles d'images. Allez dans le backoffice de votre magasin Lightspeed à Outils et aller à Fichiers. Téléchargez l'image que vous souhaitez utiliser comme diapositive. Une fois enregistré, un lien de téléchargement devient disponible. Utilisez ce lien dans le paramètre.

- Couleur du texte de la diapositive: C'est la couleur donnée au bouton et au texte de la diapositive.

- Slide Text: Chaque diapositive peut contenir du texte qui se redimensionne automatiquement sur les appareils mobiles

- Bouton de diapositive: Avec le bouton de diapositive, vous pouvez lier la diapositive à une page. Lorsque vous utilisez votre magasin à l'international et différentes langues, vous pouvez insérer des liens vers le catalogue, la collection, la marque de la page du blog.

### 5.2 Élément / Catégories

Sur la page d'accueil, vous pouvez afficher l'élément de catégorie. Il a les options suivantes:

- En-tête de catégorie: Il existe 4 façons différentes d'afficher l'en-tête au-dessus de l'élément. Le dernier style rend l'en-tête invisible. Le texte utilisé pour l'en-tête peut également être ajusté

- Mise en page de catégorie: Choisissez d'afficher les catégories dans les colonnes de 3, 4 ou 6. Vous pouvez également choisir le remplissage autour de chaque catégorie en lui donnant des espaces autour.

- Catégorie Style: Changer l'apparence des catégories en choisissant l'un des 4 styles à choisir de.

- Style de bordure de catégorie: Chaque élément peut avoir 3 options de bordure. Pas de frontière, une bordure bordée ou une bordure avec une ombre autour.

- Effet Hover de la catégorie: lorsque vous survolez l'élément, un effet réactif peut se produire. Choisissez parmi 15 superbes effets pour tous les éléments.

### 5.3 Élément / Produits

Sur la page d'accueil, vous pouvez afficher l'élément du produit. Il a les options suivantes:

- En-tête de produit: Il existe 4 façons différentes d'afficher l'en-tête au-dessus de l'élément. Le dernier style rend l'en-tête invisible. Le texte utilisé pour l'en-tête peut également être ajusté

- Disposition du produit: Choisissez d'afficher les produits dans les colonnes 3, 4 ou 6. Vous pouvez également choisir un remplissage autour de chaque élément en lui donnant des espaces.

- Style de produit: Changez l'apparence des produits en choisissant l'un des 3 styles parmi lesquels choisir.

- Style de bordure de produit: Chaque élément peut avoir 3 options de bordure. Pas de frontière, une bordure bordée ou une bordure avec des ombres autour.

- Effet Hover du produit: lorsque vous survolez l'élément, un effet réactif peut se produire. Choisissez parmi 15 superbes effets pour tous les éléments.

### 5.4 Élément / Marques

Sur la page d'accueil, vous pouvez afficher l'élément de la marque. Il a les options suivantes:

- En-tête de la marque: il existe 4 manières différentes d'afficher l'en-tête au-dessus de l'élément. Le dernier style rend l'en-tête invisible. Le texte utilisé pour l'en-tête peut également être ajusté

- Disposition de la marque: choisissez d'afficher les marques dans les colonnes de 3, 4, 6 ou 10. Vous pouvez également choisir un remplissage autour de chaque élément en lui donnant des espaces.

- Style de marque: Changez l'apparence des catégories en choisissant l'un des 4 styles à choisir.

- Style de bordure de marque: Chaque élément peut avoir 3 options de bordure. Pas de frontière, une bordure bordée ou une bordure avec des ombres autour.

- Effet Hover de la marque: lorsque vous survolez l'élément, un effet réactif peut se produire. Choisissez parmi 15 superbes effets pour tous les éléments.

### 5.5 Élément / Tags

Sur la page d'accueil, vous pouvez afficher l'élément de tag. Il a les options suivantes:

- En-tête de balise: Il existe 4 manières différentes d'afficher l'en-tête au-dessus de l'élément. Le dernier style rend l'en-tête invisible. Le texte utilisé pour l'en-tête peut également être ajusté.

### 5.6 Élément / Blogs

Sur la page d'accueil, vous pouvez afficher l'élément de blog. Il a les options suivantes:

- En-tête du blog: Il y a 4 façons différentes d'afficher l'en-tête au-dessus de l'élément. Le dernier style rend l'en-tête invisible. Le texte utilisé pour l'en-tête peut également être ajusté

- Mise en page du blogue: choisissez d'afficher les éléments dans les colonnes de 3, 4 ou 6. Vous pouvez également choisir le remplissage autour de chaque élément en lui donnant des espaces.

- Blog Style: Modifiez l'apparence des éléments en choisissant l'un des 4 styles parmi lesquels choisir.

- Blog Border style: Chaque élément peut avoir 3 options de bordure. Pas de frontière, une bordure bordée ou une bordure avec des ombres autour.

- Blog Hover effect: Lorsque vous passez la souris sur l'élément, un effet réactif peut se produire. Choisissez parmi 15 superbes effets pour tous les éléments.

### 5.7 Élément / Bannière

Il existe quatre manières différentes d'afficher l'élément de bannière. Lorsque vous téléchargez une image en tant qu'image de bannière, vous activez un nouveau format. Ci-dessous vous voyez les différentes configurations:

- 1 image
  - 2 images
  - 3 images
  - 4 images
-



## 4. Footer

Last updated: 2018-04-03T23:01:14.000Z | [Online Version](#)

Le pied de page couvre le bas de votre boutique. Il comprend le formulaire d'abonnement par courrier électronique, les boutons de médias sociaux, des liens vers des pages formelles comme par exemple le support client, un sitemap et quelques informations sur votre boutique. Ci-dessous, il montrera toutes les options de paiement disponibles.

- Les poinçons apparaissent en haut du pied de page.

Style de pied de page: Au lancement, le thème inclura un seul style de pied de page. Nous annoncerons de nouveaux styles de bas de page dans notre newsletter Crivex. Alors, assurez-vous de vous inscrire aussi!

### 4.1 Pied de page / Couleur

Vous pouvez personnaliser davantage le pied de page de votre boutique avec des couleurs.

- Pied de fond: c'est l'arrière-plan du pied de page

- Couleur du texte du pied de page: Ici vous pouvez changer la couleur du texte dans le pied de page

- Couleur du pied de page: lorsque vous passez la souris sur des liens dans le pied de page, ceux-ci s'éclaircissent avec cette couleur.

---

## 3. Header

Last updated: 2018-04-03T22:56:13.000Z | [Online Version](#)

L'en-tête est partiellement affiché en haut de chaque page de votre boutique. Il en va de même dans votre magasin et comprend l'affichage du logo, des options de devise et de langue, du panier et du bouton de recherche et de la navigation principale.

Nous avons cherché une manière nouvelle et plus lisse d'afficher le menu. Étant donné que nos thèmes sont utilisés par de plus petites entreprises avec peu de produits dans quelques catégories ainsi que par des entreprises ayant besoin d'un plus grand nombre de sous-menus, nous devons trouver un moyen de le faire fonctionner pour tout le monde. En regardant certains des plus grands magasins en ligne de notre nation comme par exemple Amazon de Bol.com nous avons pensé qu'un mégamenu fixe effondré était la voie à suivre. Puisque la navigation est au cœur de nos conceptions, nous avons commencé par faire ce travail en premier. Non seulement sur les ordinateurs de bureau, mais aussi sur les appareils mobiles.

Le menu est représenté par un grand bar. Une fois cliqué, le menu s'effondre à partir de là. Nous avons découvert que les clients adorent cliquer sur une barre de menu. Comme cela va déclencher le sentiment de contrôle sur l'endroit où naviguer à travers le magasin. Une fois le menu ouvert, sa structure megamenu donnera à l'utilisateur la possibilité de visualiser directement toutes les catégories que le magasin a à offrir de manière structurée. Puisque les pages peuvent devenir de plus en plus longues, nous avons toujours fixé la barre de navigation en haut. Donner à l'utilisateur encore plus de contrôle et la possibilité de naviguer plus rapidement.

Style d'en-tête: Nous avons inclus 4 en-têtes différents à choisir. Rendre votre magasin encore plus unique. Pour voir tous les différents styles, vous pouvez vérifier les 4 pré-réglages différents. Ils utilisent tous un style d'en-tête différent. Les grandes différences résident dans l'affichage de la barre supérieure où vous pouvez partager plus d'informations et la possibilité de le rendre transparent.

- Si vous choisissez d'utiliser la barre du haut dans le style de menu (style de menu 3 ou 4). Vous pouvez insérer un numéro de téléphone, une adresse e-mail et un bouton de recherche de magasin pour votre magasin physique.

### 3.1 En-tête / Couleur

Arrière-plan de la barre supérieure: Si vous avez sélectionné le style d'en-tête 3 ou 4, vous pouvez choisir la couleur que vous voulez utiliser pour la barre supérieure. La barre de navigation, y compris la devise et la langue, le bouton du panier et le bouton de recherche, est transparent ou peut être modifié dans le paramètre du jeu de couleurs à partir de la lumière ou de l'obscurité. (consulter le réglage

### 2.1 Color Scheme)

### 3.2 En-tête / Recherche

Les clients aiment utiliser le bouton de recherche dans les magasins. Parce qu'ils veulent savoir si le produit qu'ils recherchent est également disponible dans d'autres couleurs, ou s'il y a des produits complémentaires disponibles. Dans ces paramètres, nous vous donnons la possibilité d'orienter vos clients vers les produits que vous souhaitez qu'ils voient. Comme ils recherchent un produit spécifique, ils peuvent ne pas être au courant des autres produits que vous offrez dans le magasin. En insérant des suggestions de recherche, vous pouvez aider le client à découvrir des produits, des catégories ou des marques auxquels il n'aurait même pas pensé.

---

## 2. Style

Last updated: 2018-04-03T01:04:01.000Z | [Online Version](#)

### 2.1 Style / Schémas

Modèle de couleurs: Avec ce réglage, vous pouvez modifier l'aspect général de votre boutique directement en une couleur claire, une couleur plus foncée ou un mixage. Cela inverse fondamentalement toutes les couleurs de votre boutique. Les secteurs qui sont blancs deviendront noirs, etc. Par exemple, les magasins de voitures, les magasins de produits pour hommes et les magasins vendant des montres ont tendance à utiliser cette fonctionnalité.

## 2.2 Style / Couleurs

Couleur principale: C'est la couleur que vous pouvez trouver partout dans votre magasin. Nous vous conseillons d'utiliser la couleur de votre logo comme couleur principale. Par exemple, les icônes, les barres et les liens vont adhérer à cette couleur. La couleur principale du survol est la couleur qui apparaît en survolant ces éléments.

Couleur du titre: Si vous souhaitez changer la couleur des titres de votre thème, c'est le paramètre que vous recherchez. Sur chaque page, la couleur du titre H1, H2 et H3 passera à la couleur que vous définissez ici.

Dans la couleur du panier: Comme c'est presque le bouton le plus important dans votre magasin, vous voulez pouvoir modifier la couleur de celui-ci. On croit qu'une couleur rouge est la voie à suivre, d'autres croient que c'est vert ou orange. Vous pouvez essayer quelle couleur vous convient le mieux. Le paramètre de survol ci-dessous définit la bordure de l'ombre autour du bouton. Nous vous suggérons de choisir une version plus sombre de la couleur "dans le panier" pour que le bouton sorte.

## 2.3 Style / arrière-plan

Image d'arrière-plan: en tant qu'arrière-plan principal, vous pouvez choisir d'afficher une image au lieu d'une couleur. Vous pouvez trouver de nombreux modèles intéressants à utiliser comme image de fond sur ce site. En ce qui concerne la vitesse, un fond coloré se chargera plus rapidement dans tous les navigateurs.

- Les réglages en dessous de celui-ci vous aident à centrer et cloner le motif afin qu'il couvre l'espace complet de votre arrière-plan.
- Vous pouvez également décider de télécharger une image pleine largeur. Gardez à l'esprit que les images plus grandes ralentiront la vitesse de chargement de votre magasin alors qu'un motif a une taille plus petite et est copié. Toujours compresser les images que vous téléchargez. Sur ce site, vous pouvez compresser des images JPG et PNG.
- L'insertion d'une image annule le paramètre de couleur. Supprimez l'image d'arrière-plan pour afficher uniquement un arrière-plan coloré. Ce paramètre annule le réglage de colorscheme (2.1 Color Scheme).

## 2.4 Style / Typographie

Pour personnaliser davantage votre magasin, vous pouvez utiliser l'une des nombreuses polices Web de Google incluses. Allez dans Google Fonts et choisissez celui que vous préférez ou que vous utilisez déjà dans votre logo, votre mailing, etc. Nous avons inclus ces polices car il y a beaucoup d'options à choisir, elles se chargent rapidement et sont acceptées par la plupart des navigateurs. Il peut y avoir des polices non incluses dans la liste que nous proposons dans ces paramètres de police. Pour garder un peu

d'aperçu, nous avons gardé le plus utilisé. N'hésitez pas à nous demander si nous pouvons en inclure un que vous aimeriez avoir dans votre magasin et qui ne figure pas dans la liste.

- Police En-tête spécial: Choisissez une police pour tous les en-têtes spéciaux du thème. Comme par exemple dans le curseur et sur les bannières.

- Polices de titre: Tous les en-têtes (H1, H2 et H3) adhèrent à la police que vous choisissez pour ce paramètre.

- Polices du corps: Tout le texte utilisera la police que vous choisissez ici.

Pour certaines polices, la taille de la police peut devenir trop petite sur certains écrans. Nous pouvons ajuster cela manuellement pour vous. S'il vous plaît consulter notre bureau de support à [support@crivex.nl](mailto:support@crivex.nl)

---

## 1. Thème

Last updated: 2018-04-03T00:40:54.000Z | [Online Version](#)

Mode tutoriel: Si vous activez cette option, vous pouvez voir dans votre navigateur où vous pouvez apporter des modifications à votre boutique. Cela vous aidera à découvrir le thème complètement. Nous vous conseillons fortement de n'utiliser cette option que si votre magasin n'est pas très visité car vos clients peuvent également voir les fenêtres d'instructions sur leurs écrans.

Mode développeur: Cette fonction est à utiliser en cas de personnalisation de votre boutique ou de votre modèle. N'utilisez pas cette fonctionnalité si nous ne vous le demandons pas.

Avis: Les avis deviennent de plus en plus importants. Nous vous suggérons d'utiliser l'une des sociétés de révision les plus connues. La plupart du temps, ils offrent un plugin pour Lightspeed sous forme de popup ou de superposition. Lightspeed intègre également un système de révision intégré. Ce paramètre active le système de vérification Lightspeed sur la page du produit. Une fois qu'une révision a été écrite pour un produit. Un nouvel onglet sera disponible sous le champ d'information sur le produit sur la page du produit.

Faire défiler vers le haut: Plus la page est longue, plus il faut de temps pour revenir en haut. Même si nous offrons un menu contextuel qui défile avec la page, vous pouvez activer un bouton qui apparaît dans le coin inférieur droit de l'écran lorsque vous faites défiler vers le bas. Une fois cliqué, vous serez renvoyé en haut de la page.

Balises numériques: Si vous utilisez des balises pour des produits, des catégories, des blogs ou autres, vous pouvez indiquer le nombre de balises attachées à cette balise. Vous pouvez le désactiver si vous n'avez par exemple qu'un seul produit associé à chaque tag.

Logo: Assurez-vous de télécharger un logo avec les bonnes dimensions. N'oubliez pas de compresser l'image avant de la télécharger. Cela vous aidera lors de la vérification Google Speedtest. Sur ce site, vous pouvez compresser des images JPG et PNG. Télécharger une image PNG avec un arrière-plan

transparent. Cela vous donnera le meilleur résultat.

Favicon: Un favicon est le petit logo que vous voyez au début de la barre de votre navigateur. Cela vous aidera à visualiser quel site est le quel. Pour créer un favicon, vous pouvez visiter ce site. Vous pouvez télécharger une image et la redimensionner sur un favicon ou dessiner la vôtre.

Affichage des prix: Beaucoup de clients demandent toujours que nous puissions faire des changements dans la façon dont nous affichons le prix. Maintenant vous pouvez le faire directement! Trois options sont données. Le premier montre seulement le prix par numéro. Aucun code de devise ou symbole ici. La seconde montre le code de devise après le montant. Et le troisième montre le symbole monétaire avant le prix.

- Si vous possédez une boutique B2B, et activez le paramètre B2B dans les principaux paramètres de votre boutique Lightspeed, le prix affichera le montant avec le préfixe HT.
- Si votre boutique est active en Allemagne, vous devez définir le paramètre de législation dans les paramètres principaux sur strict. Pour chaque produit, vous devez identifier un prix de base. Le prix de base est affiché directement sous le prix réel du produit. En outre, les frais de port deviendront également visibles à la portée du prix.

Ruban de vente: Nous comprenons que vous voulez voir tous les produits en vente. Par conséquent, nous avons créé deux rubans de vente différents à choisir. Le premier couvre le coin comme un vrai ruban inclut de beaux effets d'ombre. Le second ressemble plus à un tampon rond dans le coin supérieur droit. Bien sûr, vous pouvez également changer la couleur pour correspondre à votre style de vente.

---

# Introduction

Last updated: 2018-04-03T00:35:14.000Z | [Online Version](#)

Merci d'avoir installé le thème Elements pour Lightspeed E-commerce. C'est notre troisième thème pour cette plate-forme et nous avons utilisé toutes nos expériences et connaissances passées pour créer l'expérience parfaite pour vous en tant que propriétaire de magasin comme pour vos clients. Nous avons rédigé ce guide pour vous aider à utiliser pleinement thème. S'il vous plaît laissez-nous savoir si vous rencontrez des problèmes. Nous sommes heureux de vous aider.

Le thème Elements est notre premier thème où vous pouvez personnaliser la page d'accueil complète de votre boutique. Comme le nom du thème le révèle, ce modèle est construit dans ELEMENTS. Il y a 8 éléments au total:

- Élément coulissant
- Élément de catégorie
- Élément de produit
- Élément de marque
- Élément de balise
- Élément de bannière
- Élément unique de point de vente

Pour chaque élément, vous avez plusieurs options pour choisir comment vous voulez afficher l'élément. Finalement, vous pouvez commander les éléments comme vous le souhaitez sur la page d'accueil via le 6.1 Homepage / Mise en page paramètres!

---