Crivex Zendesk database

Generated by the Knowledge Base to PDF App

Index

| Starter Theme | 4 |
|---|----------|
| Changelog | 4 |
| 14.1-2019 - Undate | |
| 28.06-2019 - Undate | 4 |
| 17-05-2019 - Undate | |
| 30-04-2019 - Undate | 5 |
| 11-03-2019 - Undate | 5 |
| 11-02-2019 - Undate | 6 |
| 19-06-2019 - Undate | 6 |
| 12-12-2018 - Update | 6 |
| 22-11-2018 - Update | 6 |
| 17-10-2018 - Update | 7 |
| 15-09-2018 - Update | 7 |
| 31-08-2018 - Update | 7 |
| F.A.Q. | 7 |
| Add additional textpages to your store | 7 |
| Is it possible to change the order of the elements on the homepage? | 9 |
| Why you can't create a link for the banner on the homepage and in the sidebar | 10 |
| What are the best image dimensions I could use? | 11 |
| Documentation (EN) | 11 |
| Crivex Support | 12 |
| 1. General settings | 12 |
| 2. Colors & Fonts | 15 |
| 2.1 Theme Color | 15 |
| 2.2 Background Image | 16 |
| 2.3 Buttons 2.4 Enots | 16 |
| 3. Pages | 18 |
| 3.1 Homepage | 18 |
| 3.2 Collection page | 20 |
| 3.3 Productpage | 21 |
| 4. Social networks | 21 |
| 4.2 Instagram | 22 |
| 5. Store | 23 |
| 5. Integrated Store Locator | 23 |
| 6. Plugins | 24 |
| o. Google Maps Flugin 1. Google Maps Setup | 24 |
| 2. Calculate your costs 3. Reprinter your Code Differen account | 24 |
| 4. Refere your API key | 25 |
| 5. Securing your API key Lindhsneed Starter Theme Google Mans Settings | 26 27 |
| Modifications to the Google Maps Plugin | 28 |
| Documentatie (NL) | 28 |
| Crivex ondersteuning | 28 |
| 1. Algemene instellingen | 28 |
| 2. Kleuren en lettertypen | 31 |
| 2.1 Theme Color | 31 |
| 2.2 Background image 2.3 Buttons | 32 |
| 2.4 Fonts | 33 |
| 3. Pagina's | 34 |
| 3.1 Homepage | 34 |
| 3.2 Collection page | 36 |
| 4. Sociaal network | 37 |
| 4.1 Social | 37 |
| 4.2 Instagram | 38 |
| 5. Winkel | 39 |
| 5. Integrated Store Locator | 39 |
| b. Mugin 6. Goode Mars Blurin | 40 |
| o. Google Maps Pilugin 1. Google Maps Setup | 40 40 |
| 2. Bereken uw kosten 3. Registreer uw Google Platform-account | 40 41 |
| 4. Haal uw API-sleutel op | 41 |
| 5. Beveiliging van je API key | 42 |

| Lightspeed starter thema Google Maps instellingen Wijzigingen in de Google Maps-plug-in | 43 |
|--|----------------------|
| Dokumentation (D) | 44 |
| Crivex Unterstützung | 44 |
| 1 Allgemeine Finstellungen | 44 |
| 2 Farbon und Schriftarten | 47 |
| 2.1 diberi and ocimitation | ، ب ۸7 |
| 2.2 Hinternrindhild | 48 |
| 2.3 Tasten | 48 |
| 2.4 Schriftarten | 49 |
| 3 Seiten | 50 |
| 3.1 Homenage | 50 |
| 3.2 Sammlungsseite | 53 |
| 3.3 Produktseite | 53 |
| 4 Soziale Netzwerke | 54 |
| 4.1 Sozial | 54 |
| 4.2 Instagram | 54 |
| 5 Geschäft | 55 |
| 5. Integriefer Filialfinder | 55 |
| 6 Plugin | 56 |
| 6 Goode Mass Plugin | 57 |
| 3. Registrieren Sie Ihr Google Platform-Konto | 58 |
| 4. Rufen Sie Ihren API-Schlüssel ab | 58 |
| 5. Sichem Sie Ihren API-Schlussel | 59 |
| Lightspeed Stater mene Google waps clistendingen ånderunnen am Goodle Mass-Plurin | 61 |
| Documentation (F) | 61 |
| Crivex Soutien | 61 |
| | 61 |
| | 64 |
| 2. Couleur du thème | 65 |
| 2.1 content ou aleme | 65 |
| 2.3 hildge de fold 2.3 hourtons | 66 |
| 24 Polices | 66 |
| 3 Panes | 67 |
| 3.1 Pane d'arceuil | 67 |
| 3.2 Page de collection | 70 |
| 3.3 Page de produit | 71 |
| 4 Réseaux sociaux | 71 |
| 4.1 Social | 71 |
| 4.2 Instagram | 71 |
| 5 Magasin | 72 |
| 5. Localisateur de magasin intégré | 72 |
| 6 Plugin | 73 |
| 6 Google Mans Plunin | 73 |
| 1. Configuration de Google Maps | 73 |
| 2. Calculez vos coûts | 74 |
| S. Enregistriez votre compte Google Platform A Réquiréez votre clé API | 75 |
| 5. Sécuriser votre dé API | 75 |
| Lightspeed Starter Theme Paramètres Google Maps | 76 |
| Modifications du plug-in Google Maps | 77 |

Starter Theme

Changelog

Our deal is to keep your store clean and working. Therefor we update our theme monthly. Check the changes we made in our changelog.

14-1-2019 - Update

Last updated: 2019-04-30T15:24:08.000Z | Online Version

- Update of the core files. This is done for better support on mobile devices.

28-06-2019 - Update

Last updated: 2019-06-28T16:20:14.000Z | Online Version

- We have updated our header section on mobile devices. This way if you're using the in-built store locator. The store locator icon will also be displayed correctly in the header bar on mobile. When clicked, the popup opens and the directions to the max 2 stores will be shown. For optimal overview we don't show the images on mobile.
- We made some changes to the list view on collection pages. There's now a View product button available under the product description leading directly to the product page. This button is only active is the direct-to-cart setting is off.

17-05-2019 - Update

Last updated: 2019-05-17T07:48:56.000Z | Online Version

- We've made a change to the search button on desktop. Once clicked and the dropdown opens, you can directly start typing.

- Cleaned up the inline-scripts.js file

30-04-2019 - Update

Last updated: 2019-04-30T16:19:58.000Z | Online Version

- Headline update: If you don't want to display text in the headline you can insert the text "notitle" when you're creating a new headline.

| Sear | Search Headlines | | | | |
|------|------------------|-------|---------|-----------------|--|
| | | Title | \$ | Language | |
| | _ | | notitle | The Netherlands | |

11-03-2019 - Update

Last updated: 2019-04-30T15:27:07.000Z | Online Version

- Image limitations are taken off by Lightspeed. Meaning you can now upload images in a higher resolution. Make sure you don't make them too big. An increase in beauty means a decrease in loading speed!

11-02-2019 - Update

Last updated: 2019-04-30T15:25:26.000Z | Online Version

- Google Tag manager setting added. You can add your ID in the settings of the theme and it will automatically hook you up!

19-06-2019 - Update

Last updated: 2019-06-19T09:24:01.000Z |Online Version

- You can now choose to display the content of a category page above or below the products. To activate this setting go to the Theme Settings to 3.2 Collection Page. Activate the setting "Collection content" to change it's position.

12-12-2018 - Update

Last updated: 2019-04-30T15:21:56.000Z | Online Version

- Introduction of a new USP bar. You can now fill all the settings and explain why your store is so special!

22-11-2018 - Update

Last updated: 2019-04-30T15:19:45.000Z | Online Version

- Footer modification. When payment providers don't have a custom icon, the standard Lightspeed icon will appear.

17-10-2018 - Update

Last updated: 2019-04-30T15:17:57.000Z | Online Version

- Translation fixes: Some translation strings are modified so they can be translated with the translation tool from Lightspeed.

15-09-2018 - Update

Last updated: 2019-04-30T15:16:27.000Z |Online Version

- Headlines: bug fix. You can now add more than 3 slides in the headline

31-08-2018 - Update

Last updated: 2018-08-31T16:35:00.000Z | Online Version

- Launch of the support website for the Starter Theme

F.A.Q.

Can't find the answer you're looking for? Please send your question to our support desk and we'll answer it in our F.A.Q. database.

Add additional textpages to your store

Last updated: 2018-09-26T11:09:51.000Z | Online Version

The Starter Theme includes two spaces where you can add custom Textpages to the navigation of your store. This can be done in the fullscreen Header navigation or in the Footer.

Header Navigation



Footer Navigation

| | | Information | Customer service |
|--------------------------|---|------------------|------------------------------|
| Subscribe to our newslet | er | > About us | > General terms & conditions |
| | and the second se | > Disclaimer | > Payment methods |
| E-mail | Subscribe | > Privacy policy | > Shipping & returns |
| | | > Sitemap | > Customer support |
| | | Extra Page | |

- 1. First create your new Textpage. Go in the backend of your store to CONTENT/PAGES
- 2. Make sure you've set the visibility of the page on.

| Title | \$ | Visibility | Last modified |
|---|----|------------|---------------------|
| Extra Pagina Talent dat ze voor levendig eten leidde, leidde zuster. Entree sterk verpakt ze weergegeven krijgt o | (| • | 26/09/2018 at 12:43 |

3. Go to DESIGN/NAVIGATION



4. Here you'll see the default option. Click on the Default title to open its settings. Here you'll be able to insert links to products, pages or custom URL's. This navigation will be displayed in your store's Header Navigation. Now choose the URL of your newly created Textpage.

| ¢₽N | avigation | | Add menu |
|-----|-----------|------|----------|
| | Title | Кеу | |
| | Default | main | Delete |

5. To display a link in the footer use the button "Add menu". Call the menu "footer". This is important as is will not work otherwise. Click on the title link. And create all the links you want to show in the footer.

Is it possible to change the order of the elements on the homepage?

Last updated: 2018-09-08T20:39:06.000Z | Online Version

We have been looking for the most optimal order of the elements on the homepage of an eCom store. We believe this is beneficial for your conversion. At the moment it's not possible to change this order in the settings. However, you can deactivate every element manually from the homepage. That way, you still have plenty of control!

Why you can't create a link for the banner on the homepage and in the sidebar

Last updated: 2018-08-31T15:13:13.000Z |Online Version

You might wonder why there is no setting in the theme settings to create a link for the banner on the homepage and the banner in the sidebar. This is because our theme must be compatible for multiple countries around the world. As theme designers, we can include translatable text fields in the settings but not country applied URL's. For example, if your shop is active in French Canada and English Canada, you can insert a line of text in the banner and translate it through custom translations in the Lightspeed backend. But you can't unfortunately translate a URL. Therefor a link from the banner will either redirect to a French page, or an English page.

If your shop is only active in one country and really want to link your banner to a certain page, we can make a modification through the theme editor and create a setting for your shop only.

What are the best image dimensions I could use?

Last updated: 2018-09-09T14:14:14.000Z |Online Version

Here's a list with the most optimal image dimensions:

Headline: 1500 x 800 pixels Category: 900 x 500 pixels Product: 900 x 900 pixels Instagram: 300 x 300 pixels Banner homepage: 1500 x 800 pixels Banner sidebar: 300 x 300 pixels Brand: 200 x 125 pixels Logo: 250 x 100 pixels Blog: 900 x 500 pixels Company image: 250 x 200 pixels

Of course you can decide to use other dimensions. We always recommend to use higher resolutions than above though. And make sure the image dimensions within one of the sets above is maintained. F.e. if you upload one product image in 900 x 500 pixels instead of the recommended 900 x 900 pixels than upload all the product images in this size!

Documentation (EN)

Crivex Support

Last updated: 2018-09-09T14:13:30.000Z | Online Version

Tutorial mode: By activating this setting you can directly make changes to the front-end of your shop. Just go to your homepage and click and play until you have set up all the layout elements. Make sure to deactivate this settings once you've done modifying the theme.

Company phone number: Insert your company phone number here. Our support will use this telephone number to call you in case you need support with the theme. Please also include the country code.

Company email: Insert your company contact mail. We do send update notifications for the theme. When we make changes this sometimes requires you to save or change some back-end settings in order to keep your theme up-to-date.

1. General settings

Last updated: 2018-09-09T15:01:56.000Z | Online Version

Logo: Upload your company logo in .jpg or .png. You can find the exact dimension of your logo ir<u>this</u> topic.

example of a logo:



Always compress your images before uploading them. This minimizes the image file size and results in quicker page loading and better search engine ranking. You can compress any image on <u>this website</u> for free.

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 <u>this website</u>. You can either upload an image and resize it to a favicon file or draw your own.

example of a favicon:



Menu levels: For this setting you have 3 options. What will change is the way the navigation menu is set up. With only categories, we have more space to allocate the category images. If you have subcategories and sub subcategories, the menu eliminates the category images so visitors are able to browse more quickly to your collection. Choose the setting that matches your situation:

- Only top level categories: Women
- Top level categories and subcategories: Women / Shoes
- Top level categories, subcategories and sub subcategories: Women / Shoes / Sandals

example of only top level category navigation:



example of top level categories with subcategories navigation:



example of top level categories, subcategories and sub subcategories navigation:

| Categories | | | |
|--------------------------------|--------------------------------|--|--|
| Men | Women | | |
| Clothing Shoes Accessories | Clothing Shoes Accessories | | |
| Children | Sale | | |
| Clothing Shoes Accessories | Clothing Shoes Accessories | | |

Reviews: Lightspeed accommodates a free build-in review system. This setting activates the Lightspeed review system on the product page. Once a review has been written for a product you need to approve it before it's being published on the product page. You can do so in the back-end of your store through Products/Reviews.

example of a product review:

Reviews



5 sterren gebaseerd op 1 beoordelingen Uw review toevoegen

Resize images: Product images are extremely important for your conversion. Make sure your product images are the same size and have the same background color. Activate the resize image setting if you upload different sized images. Our theme will correct the product image to the appropriate size of the theme automatically.

Cart button: We suggest to keep the image clickable. However some clients prefer to have the option of displaying a direct into cart button below the product image. With this setting you can do so.

example of direct in cart buttons:





Sale tag: Choose if you want to display the sale tag for discounted products in percentage or in the amount of the currency.

Sale tag color: Pick a color for the tag displayed in the image of discounted products.

example of sale tag:



2. Colors & Fonts

Last updated: 2019-03-05T16:55:17.000Z | Online Version

2.1 Theme Color

Theme color: Choose the main layout color for your shop. We advise to pick a color from your logo to match the style.

Theme background: Pick a background color for your shop.



Element background: Every element has a different background from the shop background. Select the color for every element here.



2.2 Background Image

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 <u>this website</u>. 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.

- Inserting an image will overrule the color setting. Delete the background image to show just a colored background.

Important message regarding background imaging: images must be uploaded in .png format. Otherwise they will not overwrite the default. Also keep in mind the homepage is build up from blocks. This means backgrounds may not always smoothly fade into each other.

2.3 Buttons

Button color: Pick a color for the buttons in your shop.

example of a button:



2.4 Fonts

To further customize your store, you can use one of the many Google webfonts included in the Starter Theme. To quickly browse through all the Google fonts go to <u>this website</u>. Pick your favorite and than select it from the list in the settings below.

Font Special heading: Choose a font for all the special headers in the theme. As for example in the slider and on banners.

example of a special header:



Font title: All the headers (H1,H2, H3, H4, H5, H6) will adhere to the font you choose for this setting.

example of a header:



Font body: All the text will be using the font you pick here.

example of regular text:



Font body color: Choose a color for your text here. Make sure the color has a high contrast compared to the background.

3. Pages

Last updated: 2018-09-11T07:45:34.000Z | Online Version

3.1 Homepage

Homepage brands: Display the homepage brands element on the homepage. Important notice: you can not change the order of the brands. It will always display 6 brands in alphabetical order. This can not be changed.

example:



Homepage content: Activate to display homepage custom content. In the back-end of your Lightspeed shop go to Content. Than add some text to the homepage textpage. This will now be displayed on your homepage.

example:

| Welcome in our shop! |
|---|
| Up greatest am exertion or marianne. Shy occasional terminated insensible and inhabiting. So know do fond to half on. Now who promise was justice new winding. In finished on he speaking suitable advanced if. Boy happiness sportsmen say prevailed offending concealed nor was provision. Provided so as doubtful on striking required. Waiting we to compass assured. |
| The European languages are members of the same family. Their separate existence is a myth. For science, music, sport, etc, Europe uses the same vocabulary. |
| |

Homepage tags: To display tags on the homepage please activate this setting. A maximum of 20 tags will be shown at the bottom of the homepage.

example:

| Ambiance | Design | Interior | Kitchen | Living room | Wood |
|----------|--------|----------|---------|-------------|------|
|----------|--------|----------|---------|-------------|------|

Homepage categories display: To show categories on the homepage, please go to Design/Featured categories in the back-end of your shop. Select a few categories you want to display. Now you can choose how you want them to be displayed. Either in full width or boxed, and with or without white space around the images.

examples:



Headlines mobile: Activate to set the height of the headlines to 50% of the screen on mobile devices.

Discount: With this setting you activate the homepage discount bar. Extremely handy when you want to inform your visitors about current discounts or important messages.

example of a discount bar:

Get an extra 10% discount on childrens furniture by using the code "Monster&Co".

Discount text: Insert a text displayed in the discount bar.

Homepage banner: With this setting you activate the homepage banner.

example of a homepage banner:



Homepage banner title: Insert a title for your homepage banner. This will be displayed in the middle of the image.

Information about creating a link for your banner can be found here.

Homepage banner image: Upload your homepage banner image in .jpg or .png. You can find the exact dimension of this banner in <u>this topic</u>.

Always compress your images before uploading them. This minimizes the image file size and results in quicker page loading and better search engine ranking. You can compress any image on <u>this website</u> for free.

3.2 Collection page

Sidebar: Shows a sidebar on the collection pages. When you have fewer than 12 products per category we recommend you to deactivate the sidebar. If you use filters for your products, or want your customers to be able to sort products based on price, you need to have the sidebar activated.

Collection banner: Only if you have the above setting, sidebar activated, you'll be able to show a small banner image in the sidebar. With this setting you activate the collection banner.

Collection banner image: Upload your collection banner image in .jpg or .png. You can find the exact dimension of this banner in <u>this topic</u>.

example of a banner image:



Always compress your images before uploading them. This minimizes the image file size and results in quicker page loading and better search engine ranking. You can compress any image on <u>this website</u> for free.

3.3 Productpage

Stock level: Show the level of stock behind the in stock message on the product page. This is only shown if the stock is tracked and stock is more than 0.

example:

Stock: 📀 In stock (17)

4. Social networks

Last updated: 2018-09-11T09:40:55.000Z | Online Version

4.1 Social

Once the URL of a social network is set, an icon will appear in the footer section with a link.

example:



Social Facebook: Insert a link to your Facebook page.

Social Twitter: Insert a link to your Twitter page.

Social Pinterest: Insert a link to your Pinterest page.

Social Youtube: Insert a link to your Youtube page.

Social Instagram: Insert a link to your Instagram page.

Social Google: Insert a link to your Google Plus page.

Social RSS: Activate the RSS feed for your shop.

4.2 Instagram

Instagram recently changed it policies and code. Therefor it's no longer possible to connect your shop directly with Instagram anymore. However we still like to implement this feature because many clients like having images on their website from Instagram for content purposes. We decided to build some uploading possibilities in the theme redirecting to Instagram manually but directly. You now have full control over what you want to display on your homepage and still make it look like an Instagram plugin!

example:



Instagram: With this setting you activate the Instagram element on the homepage of your shop.

Instagram image (1-8): Upload your company logo in .jpg or .png. You can find the exact dimension of your image on <u>this page</u>.

Always compress your images before uploading them. This minimizes the image file size and results in quicker page loading and better search engine ranking. You can compress any image on <u>this website</u> for free.

Instagram url (1-8): Attach your Instagram image to the original Instagram image via an URL.

5. Store

Last updated: 2018-09-11T10:08:15.000Z | Online Version

5. Integrated Store Locator

In our Starter Theme you can link up until two physical stores to your eCom store. If at least one of the store settings is filled in, a new button in the navigation bar at the top of your store will appear. If you click on it, the location and communication information will pop up below.



Store (1-2): Activate the display of your physical store in your eCom store.

Store (1-2) name: Insert the name of your physical store.

Store (1-2) image: Upload an image of your physical store in .jpg or .png. You can find the exact dimension of this image on <u>this page</u>.

example:



Always compress your images before uploading them. This minimizes the image file size and results in quicker page loading and better search engine ranking. You can compress any image on <u>this website</u> for free.

Store (1-2) address: Insert the address of your physical store.

Store (1-2) telephone: Insert a telephone number for your physical store.

Store (1-2) opening hours: Insert the opening hours of your physical store.

6. Plugins

Last updated: 2018-09-11T08:02:23.000Z | Online Version

Kaart Satelliet

6. Google Maps Plugin

We've introduced a Google Maps plugin in the Starter Theme where you can show clients the exact location of your store on Google Maps. You might need a little hand to set it up, but we love to help you through the process. Read the following steps closely for a correct setup:

1. Google Maps Setup

Important to know is that Google Maps isn't accessible to use freely anymore since the 1th of July 2018. That said, it's free to use under a certain amount of views per month. Only under heavy traffic you'll going to have to pay a small amount to run the plugin. To make the plugin work, you'll need to create an account at Google Cloud Services and a credit card. Once created you'll receive a serial number, we call it an API key, to activate your Google Maps in the Starter theme.

2. Calculate your costs

The use of Google Maps used to be free. Now every Google client receives a \$200 monthly recurrent voucher on their expenses. This means you don't pay for the use of Google Maps if you spend less than \$200 on traffic. To calculate your monthly expenses check the latest <u>pricing table here</u>. The Starter Theme uses the SKU: Maps JavaScript API. The amount of free map loads can be found under Dynamic Maps:

Maps

| | \$200 MONTHLY CREDIT EQUIVALENT FREE USAGE | | MONTHLY VOLUME RANGE (PRICE PER THOUSAND CALLS) | |
|-------------------------------|---|-----------|--|-----------------------|
| | | 0-100,000 | 100,001-500,000 | 500,001+ |
| Mobile Native Static Maps | Unlimited loads | \$0.00 | \$0.00 | |
| Mobile Native Dynamic Maps | Unlimited loads | \$0.00 | \$0.00 | |
| Embed | Unlimited loads | \$0.00 | \$0.00 | |
| Embed Advanced | Up to 14,000 loads | \$14.00 | \$11.20 | CONTACT SALES |
| Static Maps | Up to 100,000 loads | \$2.00 | \$1.60 | for volume discounts. |
| Dynamic Maps | Up to 28,000 loads | \$7.00 | \$5.60 | |
| Static Street View | Up to 28,000 panos | \$7.00 | \$5.60 | |
| Dynamic Street View | Up to 14,000 panos | \$14.00 | \$11.20 | |

This means that if you have less than approximately 900 visitors a day (or 28,000 loads per month), you won't be charged extra for this service.

3. Register your Google Platform account

Go to <u>this page</u>. A popup will appear and select Maps before hitting the next button. Than give your project a name. I suggest giving it the name of your eCom business (you'll able to use multiple stores with the same project). Agree to the terms and confirm. Now you'll be redirected to create a billing account. You need to complete the billing account in order to get a valid API key.

4. Retrieve your API key

Once your account is created and your billing settings are validated. You can search the <u>Google Platform</u> <u>Marketplace for MAPS Javascript API</u>.



Install the App and you'll be redirected automatically to the Google Platform back-end. Click again on the link.

| 2 | Google Maps | APIs |
|----|-------------|--|
| <> | Overview | |
| ≡ | APIs | In-use APIs |
| th | Metrics | Select an API to view details. Figures are for the last 30 days. |
| ÷ | Support | API 1 Maps JavaScript API |

Than go to Credentials. This is where you'll find your API key

| 2 | Google Maps | ← Maps JavaScript API ■ DISABLE | | | |
|----|-------------|--|-----------------|-----------------------|--|
| ¢ | Overview | Metrics Quotas Credentials | | | |
| = | APIs | | | | |
| th | Metrics | Use one of these credentials to access this API, or create new credentials by visiting Credentials in the API Manager. | | | |
| ÷ | Support | API keys Name | Creation date ~ | Restrictions | Key |
| | | Starter Theme API Key | 25 Jan 2018 | HTTP referrers, 1 API | To and the second secon |

5. Securing your API key

Congratulations! You've now got your API key to activate Google Maps. Before you quit everything you want to make sure nobody else can use your key for their website. <u>It's therefor extremely recommended to set some API restrictions</u>. Go back to your Google Cloud Platform and click on the name of your API key to get to the following screen:



First start by setting the Application Restrictions. Apply it to the HTTP referrer and insert at the bottom the URL to your shop. Than go to API restrictions and make sure you select the API: Maps JavaScript API.

| API restrictions | |
|---------------------|---|
| | |
| Maps JavaScript API | Î |
| Select API | • |

Save these settings and you're good to go and complete all the settings in the back-end of the Starter Theme in Lightspeed! Don't forget to once in a while keep an eye on your API requests.

Lightspeed Starter Theme Google Maps Settings

Google Maps: Activate or deactivate the Google Maps plugin on your homepage. It will be displayed just above the footer.

Google Maps API key: Copy and paste your obtained API key from the process above in this field. An API key which is not correct will result in an empty field on your homepage.

Google Maps latitude + longitude: With these settings you define the area of the map displayed on your homepage. You first have to indicate the area before you can set your shop markers. Make sure to center the area of the map around the location of your store. To find the exact coordinates of your store follow the next steps:

- Locate your physical store on Google Maps.
- Copy the url on a notepad. F.e. <u>https://www.google.com/maps/place/Crivex/@52.0988976,5.1089236,...</u>
- The first part is your locations Latitude. F.e. <u>52.0988976</u>
- The second part is your locations Longitude F.e. <u>5.1089236</u>

Google Maps zoom: Define the level of zoom of the map. This can be any number between 0 and 18. We suggest level 14 as standard.

Google Maps store (1-2) latitude + longitude: To display a marker on the Google Maps of the exact location of your eCom store, insert the latitude and longitude coordonates of your physical store. To find the exact coordinates of your store follow the next steps:

- Locate your physical store on Google Maps.
- Copy the url on a notepad. F.e. <u>https://www.google.com/maps/place/Crivex/@52.0988976,5.1089236,...</u>
- The first part is your locations Latitude. F.e. 52.0988976
- The second part is your locations Longitude F.e. <u>5.1089236</u>

Modifications to the Google Maps Plugin

The API possibilities are pretty much endless for Google Maps. You can change the colors of the overlay, have a direction button programmed into it giving your client the quickest route to your store etc. However developing these modifications is delicate work and you should be aware of rising monthly costs for you Google Cloud Platform account. Contact us for special requests.

Documentatie (NL)

Crivex ondersteuning

Last updated: 2018-09-09T17:18:51.000Z | Online Version

Tutorial mode: Als je de tutorial mode activeert kan je heel makkelijk aanpassingen maken aan het ontwerp van je webwinkel. Ga naar de homepage en "click and play" net zolang tot je tevreden bent met de gehele layout. Zorg wel dat je daarna de Tutorial Mode weer deactiveert, want je klanten zien de uitleg er ook bij staan.

Company phone number: Voer hier een telefoonnummer in waarop we je kunnen bereiken mocht het nodig zijn of vragen hebben. We nemen dan namelijk graag telefonisch contact met je op.

Company email: Hier kan je een mailadres invoeren waarop we updates van het thema met je kunnen delen. Soms kan het zijn dat er namelijk instellingen wijzigen of bijkomen waardoor je direct actie moet ondernemen.

1. Algemene instellingen

Last updated: 2018-09-10T04:46:48.000Z | Online Version

Logo: Upload je bedrijfslogo hier in .jpg of .png formaat. In<u>dit artikel</u> vind je de exacte afmetingen die je kan hanteren voor het logo.

voorbeeld van een logo:



Zorg dat je plaatjes altijd comprimeert voordat je ze upload in de Lightspeed omgeving. De bestandsgrootte verkleind en helpt om pagina's sneller te laden en daardoor een betere positie binnen zoekmachines te krijgen. Op <u>deze website</u> kan je gratis je plaatjes comprimeren.

Favicon: Een favicon is het kleine plaatje wat je in het tabje van je browser ziet. Het helpt als visuele herkenning wanneer meerder tabs geopend zijn. Op <u>deze website</u> kan je makkelijk je eigen favicon ontwerpen of je kan een plaatje uploaden die wordt omgezet naar een favicon bestand.

Voorbeeld van een favicon:



Menu levels: Voor deze instelling kan je kiezen uit 3 verschillende opties. Het grote verschil zit hem in de manier waarop het navigatie menu wordt weergegeven. Zo heeft de ene webwinkel alleen maar hoofd categoriën, en maakt de andere webwinkel ook gebruik van subcategoriën. Kies daarom de optie die het beste bij jouw website aansluit:

- Alleen hoofdcategoriën: Vrouwenkleding
- Hoofdcategoriën en subcategoriën: Vrouwenkleding / Schoenen
- Hoofdcategoriën, subcategoriën en sub subcategoriën: Vrouwenkleding / Schoenen / Sandalen

voorbeeld van een menu met alleen hoofdcategoriën:



voorbeeld van een menu met hoofdcategoriën en subcategoriën:



voorbeeld van een menu met hoofdcategoriën, subcategoriën en sub subcategoriën:

| Categories | | | |
|--------------------------------|--|--|--|
| Women | | | |
| Clothing Shoes Accessories | | | |
| Sale | | | |
| Clothing Shoes Accessories | | | |
| | | | |

Reviews: via Lightspeed is het mogelijk een beoordelingsysteem te gebruiken. Klanten kunnen dan per product een review achterlaten. Met deze instelling activeer je het beoordelingssysteem in het Thema op de productpagina. Zodra een review wordt ingestuurd moet deze eerst worden goedgekeurd voor publicatie. Dit kan je doen via de back-end van Lightspeed zelf. Daarna zal deze op de productpagina worden getoond.

Voorbeeld van een productbeoordeling:



5 sterren gebaseerd op 1 beoordelingen Uw review toevoegen

Resize images: Duidelijke en mooie foto's van je producten zijn essentieel. Dit draagt heel erg bij aan de professionele look en feel van jouw webwinkel. Zorg er daarom voor dat alle product foto's dezelfde achtergrond hebben. Hanteer daarnaast ook voor elke foto dezelfde pixel afmetingen zodat alle producten netjes uitgelijnd worden. Mocht er veel verschil zitten in de plaatjes die je hebt dan kan je met deze instelling alle plaatjes automatisch uitlijnen. In <u>dit artikel</u> vind je de exacte afmetingen die je kan hanteren voor je product foto's.

Cart button: Ondanks dat wij van mening zijn dat bezoekers altijd een product bekijken voordat ze het in de winkelwagen plaatsen heb je met deze instelling de mogelijkheid producten die op de homepage of collection page worden weergegeven direct in de winkelmand te plaatsen.

voorbeeld van een product die direct in de winkelwagen is te plaatsen:



Sale tag: Producten die in de uitverkoop zijn, krijgen automatisch een tag of label. Je kan ervoor kiezen om te laten zien hoeveel procent het product is afgeprijst, of het bedrag wat als korting dient.

Sale tag color: Kies hier een kleur voor het label van producten die in de uitverkoop zijn.

example of sale tag:



2. Kleuren en lettertypen

Last updated: 2018-09-10T05:05:14.000Z | Online Version

2.1 Theme Color

Theme color: Kies hier de meest belangrijke kleur voor je layout. Deze kleur wordt namelijk gebruikt in de grote onderdelen van het layout zoals de header, nieuwsbrief en kortingselementen. Wij adviseren een kleur te kiezen die terugkomt in je logo. Dan sluit alles mooi op elkaar aan.

Theme background: Kies hier een kleur voor de achtergrond van je webshop.



Element background: Elk element wat getoond wordt heeft een eigen achtergrond. Verander hier de achtergrond kleur van alle elementen.

| Welcome in our Up greatest am o speaking suitabl assured. The European la |
|---|

2.2 Background Image

Background image: Mocht je ervoor kiezen een plaatje of foto als achtergrond te gebruiken. Dan kan je hier een plaatje uploaden. Voor een ander uiterlijk raden wij aan een patroon te gebruiken die horizontaal en verticaal gekopieerd wordt. Op <u>deze website</u> vind je meer patronen die je kan downloaden en gebruiken. Onthoud wel dat plaatjes de laadtijd van je website mogelijk kunnen vertragen.

Met de instellingen onder bovengenoemde kan je vervolgens bepalen hoe je dit patroon weergeeft. Wil je deze bijvoorbeeld centreren. Over het volledige beeld verspreiden of horizontaal kopiëren?

Zorg dat je plaatjes altijd comprimeert voordat je ze upload in de Lightspeed omgeving. De bestandsgrootte verkleind en helpt om pagina's sneller te laden en daardoor een betere positie binnen zoekmachines te krijgen. Op <u>deze website</u> kan je gratis je plaatjes comprimeren.

2.3 Buttons

Button color: Kies hier een kleur voor de knoppen in je website.

voorbeeld van een knop:



2.4 Fonts

Om je webwinkel nog unieker te maken is het mogelijk om te kiezen voor een gaaf lettertype. In het Starter Theme maken we gebruik van Google Fonts. Omdat dit een hele lijst is kan je het beste op <u>deze</u> website bekijken welk lettertype je mooi vindt en deze dan in de lijst selecteren.

Font Special heading: Kies hier een lettertype voor alle speciale teksten op je website. Bijvoorbeeld voor in de slider of op je banner.

Voorbeeld van tekst in een banner:



Font title: Voor alle titels (H1,H2, H3, H4, H5, H6) kan je ook kiezen voor een eigen lettertype.

Voorbeeld van een titel:



Font body: Kies hier een lettertype voor alle normale tekst op je website.

Voorbeeld van tekst:



Font body color: Kies hier een kleur voor de tekst op je website. Zorg ervoor dat het genoeg contrast heeft met de achtergrond zodat het goed leesbaar is.

3. Pagina's

Last updated: 2018-09-10T06:18:18.000Z |Online Version

3.1 Homepage

Homepage brands: Met deze instelling kan je aangeven of je de logo's van 6 meest voorkomende merken wilt weergeven op de homepage. Je kan helaas niet handmatig kiezen welke merken dit zijn. Dit wordt automatisch door Lightspeed gegenereerd.

example:



Homepage content: Activeer als je een tekstpagina op de homepage wil laten zien. De tekstpagina kan je vervolgens aanpassen in de back-end van Lightspeed onder Content/Tekstpagina.

voorbeeld:

| Welcome in our shop! |
|---|
| Up greatest am exertion or marianne. Shy occasional terminated insensible and inhabiting. So know do fond to half on. Now who promise was justice new winding. In finished on he speaking suitable advanced if. Boy happiness sportsmen say prevailed offending concealed nor was provision. Provided so as doubtful on striking required. Waiting we to compass assured. |
| The European languages are members of the same family. Their separate existence is a myth. For science, music, sport, etc, Europe uses the same vocabulary. |
| |

Homepage tags: Om de meest voorkomende labels weer te geven op de homepage kan je deze

instelling activeren. De tags verschijnen vervolgens boven de footer op de homepage.

voorbeeld:



Homepage categories display: Om categoriën op de homepage weer te geven dien je deze eerst te selecteren via Design/Aanbevolen categoriën. Daarna kan je via deze instelling aangeven hoe je de categoriën wilt weergeven. Bijvoorbeeld verspreid over de hele breedte van het scherm en met of zonder witranden eromheen.

voorbeeld:



Headlines mobile: Activeer deze instelling om op mobiele apparatuur de slider te verlagen naar 50%.

Discount: Hiermee stel je in of je de kortingsbalk wilt weergeven op de homepage. Je kan de balk ook gebruiken om een ander belangrijk bericht met je bezoekers te delen.

Voorbeeld van de kortingsbalk:

Get an extra 10% discount on childrens furniture by using the code "Monster&Co".

Discount text: Vul hier de tekst in voor je kortingsbalk.

Homepage banner: Met deze instelling activeer je de homepage banner.

Voorbeeld van de homepage banner:



Homepage banner title: Vul hier een titel in die verschijnt in het midden van je homepage banner.

Informatie waarom je de banner geen link kan geven kan je hier vinden.

Homepage banner image: Upload hier de foto van je banner in .jpg of .png formaat. In<u>dit artikel</u> vind je de exacte afmetingen die je kan hanteren voor het logo.

Zorg dat je plaatjes altijd comprimeert voordat je ze upload in de Lightspeed omgeving. De bestandsgrootte verkleind en helpt om pagina's sneller te laden en daardoor een betere positie binnen zoekmachines te krijgen. Op <u>deze website</u> kan je gratis je plaatjes comprimeren.

3.2 Collection page

Sidebar: Met deze instelling activeer je de sidebar op collection pagina's. Wanneer je shop minder dan 12 artikelen per categorie heeft adviseren wij je om de sidebar niet te gebruiken. In de sidebar zit een filtersysteem verwerkt, kan je de categoriën weergeven of de producten sorteren op bijvoorbeeld populariteit.

Collection banner: Als de sidebar actief is kan je in de sidebar ook kiezen om een banner weer te geven. Bijvoorbeeld als je een speciale aanbieding hebt. Deze banner is niet per categorie aan te passen.

Collection banner image: Upload hier de foto van je banner in .jpg of .png formaat. Indit artikel vind je
de exacte afmetingen die je kan hanteren voor het logo.

Voorbeeld van een banner in de sidebar:



Zorg dat je plaatjes altijd comprimeert voordat je ze upload in de Lightspeed omgeving. De bestandsgrootte verkleind en helpt om pagina's sneller te laden en daardoor een betere positie binnen zoekmachines te krijgen. Op <u>deze website</u> kan je gratis je plaatjes comprimeren.

3.3 Productpage

Stock level: Wil je graag aan je klanten laten zien hoeveel producten er nog in voorraad zijn. Activeer dan deze instelling. Achter de voorraad staat dan hoeveel aantal er nog beschikbaar is. Dit werkt overigens alleen als de voorraad meer dan 0 is en de voorraad wordt bijgehouden door Lightspeed.

voorbeeld:

Stock: 🕢 In stock (17)

4. Sociaal netwerk

Last updated: 2018-09-11T07:25:32.000Z | Online Version

4.1 Social

Heb je een link ingevoerd bij een van onderstaande social media kanalen, dan verschijnt er in de footer een icoon met link van het betreffende kanaal.

example:



Social Facebook: Plaats hier de URL van je Facebook pagina.

Social Twitter: Plaats hier de URL van je Twitter pagina Insert a link to your Twitter page.

Social Pinterest: Plaats hier de URL van je Pinterest pagina.

Social Youtube: Plaats hier de URL van je Youtube pagina.

Social Instagram: Plaats hier de URL van je Instagram pagina.

Social Google: Plaats hier de URL van je Google Plus pagina.

Social RSS: Activeer hier de RSS feed van je webwinkel.

4.2 Instagram

Instagram heeft onlangs hun beleid en hun broncode gewijzigd. Het is daarom niet langer mogelijk om uw winkel rechtstreeks met Instagram te verbinden. Toch merken we dat veel klanten plaatjes van Instagram in hun webwinkel willen tonen. Via deze mogelijkheid kan je handmatig plaatjes van Instagram uploaden en linken aan je Instagram account. Het geeft je tegelijkertijd meteen de mogelijkheid zelf de plaatjes te selecteren die jij wilt weergeven. Eigenlijk wel handig!

voorbeeld:



Instagram: Met deze instelling activeer je de Instagram banner op de homepage.

Instagram image (1-8): Upload de Instagram plaatjes hier in .jpg of .png formaat. In<u>dit artikel</u> vind je de exacte afmetingen die je kan hanteren.

Zorg dat je plaatjes altijd comprimeert voordat je ze upload in de Lightspeed omgeving. De bestandsgrootte verkleind en helpt om pagina's sneller te laden en daardoor een betere positie binnen zoekmachines te krijgen. Op <u>deze website</u> kan je gratis je plaatjes comprimeren.

Instagram url (1-8): Plaats hier de URL die bezoekers naar het originele plaatje op je Instagram account leidt.

5. Winkel

Last updated: 2018-09-11T07:42:21.000Z | Online Version

5. Integrated Store Locator

In ons Starter thema kunt u twee fysieke winkels aansluiten op uw eCom-winkel. Als ten minste één van de winkelinstellingen is ingevuld, verschijnt er een nieuwe knop in de navigatiebalk boven aan uw winkel. Als u hierop klikt, verschijnen de locatie- en communicatie-informatie hieronder.



Store (1-2): Activeer hier de weergave van de store locator.

Store (1-2) name: Vul hier de naam in van de winkel. Insert the name of your physical store.

Store (1-2) image: Upload hier een plaatje van je winkel in .jpg of .png formaat. In<u>dit artikel</u> vind je de exacte afmetingen die je kan hanteren.

voorbeeld:



Zorg dat je plaatjes altijd comprimeert voordat je ze upload in de Lightspeed omgeving. De bestandsgrootte verkleind en helpt om pagina's sneller te laden en daardoor een betere positie binnen

zoekmachines te krijgen. Op deze website kan je gratis je plaatjes comprimeren.

Store (1-2) address: Vul hier het adres in van de winkel.

Store (1-2) telephone: Vul hier het telefoonnummer in van de winkel.

Store (1-2) opening hours: Plaats hier de openingstijden van de winkel.

6. Plugin

Last updated: 2018-09-11T08:02:30.000Z | Online Version

6. Google Maps Plugin



We hebben een Google Maps-plug-in geïntroduceerd in het Starter-thema, waar je klanten de exacte locatie van jouw winkel op Google Maps kunt laten zien. Je hebt misschien een handje nodig om het in te stellen, maar we helpen je graag door het proces. Lees de volgende stappen aandachtig door voor een juiste setup:

1. Google Maps Setup

Belangrijk om te weten is dat Google Maps sinds 16 juli 2018 niet meer vrij toegankelijk is voor gebruik. Dat gezegd hebbende, is het gratis om te gebruiken onder een bepaald aantal weergaven per maand. Alleen bij druk verkeer moet je een klein bedrag betalen om de plug-in uit te voeren. Als je de plug-in wilt laten werken, moet je een account maken bij Google Cloud Services en heb je een creditcard nodig. Eenmaal een account aangemaakt, ontvang je een serienummer, we noemen dit een API-sleutel, om uw Google Maps in het Starter thema te activeren.

2. Bereken uw kosten

Vroeger was het gebruik van Google Maps gratis. Nu ontvangt elke Google-klant een terugkerende voucher ter waarde van \$ 200 per maand. Dit betekent dat je niet betaalt voor het gebruik van Google Maps als je minder dan \$ 200 uitgeeft aan verkeer. Om jouw maandelijkse uitgaven te berekenen, bekijk

je hier de laatste prijzentabel. Het Starter thema maakt gebruik van de SKU: Maps JavaScript API. Het aantal gratis kaartbelastingen is te vinden onder Dynamische kaarten:

| | \$200 MONTHLY CREDIT EQUIVALENT FREE USAGE | | MONTHLY VOLUME RANGE (PRICE PER THOUSAND CALLS) | | |
|---|---|-----------|--|-----------------------|--|
| | | 0-100,000 | 100,001-500,000 | 500,001+ | |
| Mobile Native Static Maps | Unlimited loads | \$0.00 | \$0.00 | | |
| <u>Mobile Native Dynamic</u> <u>Maps</u> | Unlimited loads | \$0.00 | \$0.00 | | |
| Embed | Unlimited loads | \$0.00 | \$0.00 | | |
| Embed Advanced | Up to 14,000 loads | \$14.00 | \$11.20 | CONTACT SALES | |
| Static Maps | Up to 100,000 loads | \$2.00 | \$1.60 | for volume discounts. | |
| <u>Dynamic Maps</u> | Up to 28,000 loads | \$7.00 | \$5.60 | | |
| Static Street View | Up to 28,000 panos | \$7.00 | \$5.60 | | |
| Dynamic Street View | Up to 14,000 panos | \$14.00 | \$11.20 | | |

Dit betekent dat als u minder dan ongeveer 900 bezoekers per dag (of 28.000 keer per maand) hebt, er geen extra kosten in rekening worden gebracht voor deze service.

3. Registreer uw Google Platform-account

Ga naar <u>deze pagina</u>. Er verschijnt een pop-up en selecteer Kaarten voordat u op de volgende knop drukt. Geef dan uw project een naam. Ik stel voor om het de naam van uw eCom-bedrijf te geven (u kunt meerdere winkels met hetzelfde project gebruiken). Ga akkoord met de voorwaarden en bevestig. U wordt nu omgeleid om een factureringsaccount te maken. U moet het factureringsaccount voltooien om een geldige API-sleutel te krijgen.

4. Haal uw API-sleutel op

Maps

Zodra uw account is aangemaakt en uw factuurinstellingen zijn gevalideerd. U kunt zoeken op de<u>Google</u> <u>Platform Marketplace voor MAPS Javascript API</u>.



Installeer de App en je wordt automatisch doorgelinkt naar de Google Platform back-end. Klik vervolgens nogmaals op de link "Maps JavaScript API" om een nieuw venster te openen.

| 5 | Google Maps | APIs |
|----|-------------|--|
| < | Overview | |
| ≡ | APIs | In-use APIs |
| th | Metrics | Select an API to view details. Figures are for the last 30 days. |
| ÷ | Support | API 1 Maps JavaScript API |

Ga vervolgens naar Credentials. Hier vind je je API key

| 2 | Google Maps | ← Maps JavaScript API ■ DISABLE | | | | | |
|-----|-------------|--|-------------|-----------------------|-----|--|--|
| ¢ | Overview | Metrics Quotas Credentials | | | | | |
| = | APIs | Use one of these credentials to access this API, or create new credentials by visiting Credentials in the API Manager. | | | | | |
| th. | Metrics | | | | | | |
| ÷ | Support | API keys Name Creation date ∀ Restrictions Key | | | | | |
| | | Starter Theme API Key | 25 Jan 2018 | HTTP referrers, 1 API | - C | | |

5. Beveiliging van je API key

Gefeliciteerd! Je hebt nu je API-sleutel om Google Maps te activeren. Voordat je Google Cloud Platform wilt afsluiten, moet je ervoor zorgen dat niemand anders uw sleutel kan gebruiken voor hun website. <u>Het wordt daarom ten zeerste aanbevolen om een aantal API-beperkingen in te stellen</u>. Ga terug naar je Google Cloud Platform en klik op de naam van jouw API-sleutel om naar het volgende scherm te gaan:



Eerst starten door de toepassingsbeperkingen in te stellen. Pas het toe op de HTTP-verwijzer en voeg onderaan de URL van uw winkel in. Ga dan naar API-beperkingen en zorg ervoor dat u de API: Maps JavaScript API selecteert.

| API restrictions specify w | hich APIs can be called with this key. | |
|----------------------------|--|---|
| API restrictions | | |
| Maps JavaScript API | | î |
| Select API | | * |

Save

Cancel

Sla deze instellingen op en je bent klaar om te gaan en voltooi alle instellingen in de back-end van het Starter thema in Lightspeed! Vergeet niet om af en toe uw API-verzoeken in de gaten te houden via het Google Cloud platform.

Lightspeed starter thema Google Maps instellingen

Google Maps: activeer of deactiveer de Google Maps-plug-in op uw startpagina. Het wordt net boven het voetgedeelte weergegeven.

Google Maps API-sleutel: kopieer en plak de verkregen API-sleutel uit het bovenstaande proces in dit veld. Een API-sleutel die niet correct is, resulteert in een leeg veld op uw startpagina.

Google Maps latitude + longitude: met deze instellingen definieert u het gedeelte van de kaart dat wordt weergegeven op uw startpagina. U moet eerst het gebied aangeven voordat u uw winkelmarkeringen kunt instellen. Zorg ervoor dat u het gebied rond de kaart centreert rond de locatie van uw winkel. Volg de volgende stappen om de exacte coördinaten van uw winkel te vinden:

- Zoek uw fysieke winkel op Google Maps.
- Kopieer de URL op een notitieblok. Voorbeeld: https://www.google.com/maps/place/Crivex/@52.0988976,5.1089236, ...
- Het eerste deel is uw locatie Latitude. Voorbeeld: 52.0988976
- Het tweede deel is uw locaties Longitude Voorbeeld: 5.1089236

Google Maps zoom: Bepaal het zoomniveau van de kaart. Dit kan elk nummer tussen 0 en 18 zijn. We raden standaard niveau 14 aan.

Google Maps store (1-2) lengte- en breedtegraad: als u een markering op Google Maps wilt weergeven met de exacte locatie van uw eCom-winkel, voegt u de coördinaten voor lengte- en breedtegraden van uw fysieke winkel in. Volg de volgende stappen om de exacte coördinaten van uw winkel te vinden:

- Zoek uw fysieke winkel op Google Maps.
- Kopieer de URL op een notitieblok. Voorbeeld: <u>https://www.google.com/maps/place/Crivex/@52.0988976,5.1089236, ...</u>
- Het eerste deel is uw locatie Latitude. Voorbeeld: 52.0988976
- Het tweede deel is uw locaties Longitude Voorbeeld: 5.1089236

Wijzigingen in de Google Maps-plug-in

De API-mogelijkheden zijn vrijwel eindeloos voor Google Maps. U kunt de kleuren van de overlay wijzigen, een richtingsknop erin laten programmeren die uw klant de snelste route naar uw winkel biedt, maar deze wijzigingen ontwikkelen is delicaat werk en u moet op de hoogte zijn van de stijgende maandelijkse kosten voor uw Google Cloud Platform-account. Neem contact met ons op voor speciale verzoeken.

Dokumentation (D)

Crivex Unterstützung

Last updated: 2018-09-11T09:22:15.000Z | Online Version

Tutorial-Modus: Durch Aktivieren dieser Einstellung können Sie direkt Änderungen am Front-End Ihres Shops vornehmen. Gehe einfach auf deine Homepage und klicke und spiele, bis du alle Layoutelemente eingerichtet hast. Stellen Sie sicher, dass Sie diese Einstellungen deaktivieren, nachdem Sie das Design geändert haben.

Firmenrufnummer: Tragen Sie hier Ihre Firmenrufnummer ein. Unser Support wird diese Telefonnummer verwenden, um Sie anzurufen, falls Sie Unterstützung für das Thema benötigen. Bitte geben Sie auch die Ländervorwahl an.

Firmen-E-Mail: Fügen Sie Ihre Firmenkontakt-E-Mail ein. Wir senden Update-Benachrichtigungen für das Thema. Wenn wir Änderungen vornehmen, müssen Sie manchmal einige Back-End-Einstellungen speichern oder ändern, um Ihr Theme auf dem neuesten Stand zu halten.

1. Allgemeine Einstellungen

Last updated: 2018-09-11T09:29:31.000Z | Online Version

Logo: Laden Sie Ihr Firmenlogo in .jpg oder .png hoch. Sie können die genaue Dimension dieses Bildes auf <u>dieser Seite finden</u>.

Beispiel für ein Logo:



Komprimiere deine Bilder immer, bevor du sie hochlädst. Dies minimiert die Größe der Bilddatei und führt zu einem schnelleren Laden der Seiten und einem besseren Ranking der Suchmaschinen. Sie können jedes Bild auf <u>dieser Website</u> kostenlos komprimieren.

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 <u>diese</u> <u>Website</u> besuchen. Sie können entweder ein Bild hochladen und seine Größe in eine Favicon-Datei ändern oder es selbst zeichnen.

Beispiel für ein Favicon:



Menüebenen: Für diese Einstellung haben Sie 3 Optionen. Was sich ändern wird, ist die Art, wie das Navigationsmenü eingerichtet wird. Mit nur Kategorien haben wir mehr Platz, um die Kategoriebilder zuzuordnen. Wenn Sie Unterkategorien und Unterunterkategorien haben, werden im Menü die Kategoriebilder entfernt, sodass Besucher schneller zu Ihrer Sammlung navigieren können. Wählen Sie die Einstellung, die Ihrer Situation entspricht:

- Nur Top-Level-Kategorien: Frauen
- Oberste Kategorien und Unterkategorien: Frauen / Schuhe
- Oberste Kategorien, Unterkategorien und Unterkategorien: Frauen / Schuhe / Sandalen

Beispiel für nur Top-Level-Kategorie Navigation:



Beispiel für Top-Level-Kategorien mit Unterkategorien Navigation:



Beispiel für Top-Level-Kategorien, Unterkategorien und Unter-Unterkategorien Navigation:

| Categories | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| Men | Women |
| Clothing Shoes Accessories | Clothing Shoes Accessories |
| Children | Sale |
| Clothing Shoes Accessories | Clothing Shoes Accessories |

Reviews: Lightspeed bietet ein kostenloses Build-in-Review-System. Diese Einstellung aktiviert das Lightspeed-Überprüfungssystem auf der Produktseite. Sobald eine Rezension für ein Produkt geschrieben wurde, müssen Sie sie genehmigen, bevor sie auf der Produktseite veröffentlicht wird. Sie können dies über Produkte / Reviews im Backend Ihres Geschäftes tun.

Beispiel für eine Produktbewertung:



Bilder skalieren: Produktbilder sind extrem wichtig für Ihre Konvertierung. Stellen Sie sicher, dass Ihre Produktbilder die gleiche Größe und die gleiche Hintergrundfarbe haben. Aktivieren Sie die Bildgröße ändern, wenn Sie Bilder unterschiedlicher Größe hochladen. Unser Thema korrigiert das Produktbild automatisch auf die passende Größe des Themas.

Warenkorb-Taste: Wir empfehlen, das Bild anklickbar zu halten. Einige Kunden bevorzugen jedoch die Möglichkeit, direkt unter dem Produktbild eine Schaltfläche "Direkt in den Einkaufswagen" anzuzeigen. Mit dieser Einstellung können Sie dies tun.

Beispiel für direkt im Warenkorb Schaltflächen:



Verkaufstag: Wählen Sie diese Option, wenn Sie den Verkaufstag für reduzierte Produkte in Prozent oder in der Währung anzeigen möchten.

Farbe des Verkaufstags: Wählen Sie eine Farbe für das Tag aus, das im Bild der Rabattprodukte angezeigt wird.

Beispiel für Verkaufstag:



2. Farben und Schriftarten

Last updated: 2018-09-11T09:33:42.000Z | Online Version

2.1 Thema Farbe

Themenfarbe: Wählen Sie die Hauptlayoutfarbe für Ihren Shop. Wir empfehlen Ihnen, eine Farbe aus

Ihrem Logo auszuwählen, um sie dem Stil anzupassen.

Thema Hintergrund: Wählen Sie eine Hintergrundfarbe für Ihr Geschäft.

| Welcome in our Up greatest am o speaking suitabl assured. The European la |
|---|

Elementhintergrund: Jedes Element hat einen anderen Hintergrund als der Shop-Hintergrund. Wählen Sie hier die Farbe für jedes Element.



2.2 Hintergrundbild

Hintergrundbild: Als Haupthintergrund können Sie ein Bild anstelle einer Farbe anzeigen lassen. Sie können viele interessante Muster als Hintergrundbild auf <u>dieser Website finden</u>. 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.
- Wenn Sie ein Bild einfügen, wird die Farbeinstellung überschrieben. Löschen Sie das Hintergrundbild, um nur einen farbigen Hintergrund anzuzeigen.

2.3 Tasten

Schaltflächenfarbe: Wählen Sie eine Farbe für die Schaltflächen in Ihrem Shop.

Beispiel für eine Schaltfläche:



2.4 Schriftarten

Zur weiteren Anpassung Ihres Geschäfts können Sie eines der vielen Google Webfonts verwenden, die im Starter Theme enthalten sind. Um schnell alle Google-Schriftarten zu durchsuchen, besuchen <u>Sie diese</u> <u>Website</u>. Wählen Sie Ihren Favoriten und wählen Sie ihn aus der Liste in den folgenden Einstellungen.

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

Beispiel für einen speziellen Header:



Schrifttitel: Alle Kopfzeilen (H1, H2, H3, H4, H5, H6) entsprechen der Schriftart, die Sie für diese Einstellung auswählen.

Beispiel für eine Kopfzeile:



Schriftkörper: Der gesamte Text verwendet die Schriftart, die Sie hier auswählen.

Beispiel für regulären Text:



Schriftkörperfarbe: Wählen Sie hier eine Farbe für Ihren Text. Stellen Sie sicher, dass die Farbe einen hohen Kontrast zum Hintergrund hat.

3. Seiten

Last updated: 2018-09-11T09:38:52.000Z | Online Version

3.1 Homepage

Homepage-Marken: Zeigen Sie das Element Homepage-Marken auf der Startseite an. Wichtiger Hinweis: Sie können die Reihenfolge der Marken nicht ändern. Es werden immer 6 Marken in alphabetischer Reihenfolge angezeigt. Dies kann nicht geändert werden.

Beispiel:



Homepage-Inhalt: Aktivieren, um den benutzerdefinierten Inhalt der Startseite anzuzeigen. Im Back-End deines Lightspeed-Shops gehe zu Inhalt. Dann fügen Sie der Textseite der Homepage Text hinzu. Dies wird nun auf Ihrer Homepage angezeigt.

Beispiel:

| Welcome in our shop! | |
|---|---|
| Up greatest am exertion or marianne. Shy occasional terminated insensible and inhabiting. So know do fond to half on. Now who promise speaking suitable advanced if. Boy happiness sportsmen say prevailed offending concealed nor was provision. Provided so as doubtful on assured. | was justice new winding. In finished on he striking required. Waiting we to compass |
| The European languages are members of the same family. Their separate existence is a myth. For science, music, sport, etc, Europe uses the | he same vocabulary. |
| | |

Homepage-Tags: Um Tags auf der Startseite anzuzeigen, aktivieren Sie diese Einstellung. Maximal 20 Tags werden unten auf der Startseite angezeigt.

Beispiel:

| Interior | Kitchen | Living room | Wood |
|--|----------|------------------|------------------------------|
| No. of the second secon | Interior | Interior Kitchen | Interior Kitchen Living room |

Anzeige der Homepage-Kategorien: Um die Kategorien auf der Startseite anzuzeigen, gehen Sie bitte zu "Design / Ausgewählte Kategorien" im Backend Ihres Shops. Wählen Sie einige Kategorien aus, die Sie anzeigen möchten. Jetzt können Sie auswählen, wie sie angezeigt werden sollen. Entweder in voller Breite oder in Schachteln und mit oder ohne Leerraum um die Bilder herum.

Beispiele:





Überschriften mobil: Aktivieren Sie diese Option, um die Höhe der Überschriften auf Mobilgeräten auf 50% des Bildschirms festzulegen.

Rabatt: Mit dieser Einstellung aktivieren Sie die Rabattleiste der Homepage. Sehr praktisch, wenn Sie Ihre Besucher über aktuelle Rabatte oder wichtige Nachrichten informieren möchten.

Beispiel für eine Rabattleiste:

Get an extra 10% discount on childrens furniture by using the code "Monster&Co".

Rabatttext: Fügen Sie einen Text ein, der in der Rabattleiste angezeigt wird.

Homepage-Banner: Mit dieser Einstellung aktivieren Sie das Homepage-Banner.

Beispiel eines Homepage-Banners:



Titel der Homepage-Banner: Fügen Sie einen Titel für Ihr Homepage-Banner ein. Dies wird in der Mitte des Bildes angezeigt.

Homepage-Bannerbild: Laden Sie Ihr Homepage-Bannerbild in .jpg oder .png hoch. Sie können die genaue Dimension dieses Bildes auf <u>dieser Seite finden</u>.

Komprimiere deine Bilder immer, bevor du sie hochlädst. Dies minimiert die Größe der Bilddatei und führt zu einem schnelleren Laden der Seiten und einem besseren Ranking der Suchmaschinen. Sie können jedes Bild <u>auf dieser Website</u> kostenlos komprimieren.

3.2 Sammlungsseite

Sidebar: Zeigt eine Seitenleiste auf den Auflistungsseiten an. Wenn Sie weniger als 12 Produkte pro Kategorie haben, empfehlen wir Ihnen, die Seitenleiste zu deaktivieren. Wenn Sie Filter für Ihre Produkte verwenden oder möchten, dass Ihre Kunden Produkte basierend auf dem Preis sortieren können, muss die Seitenleiste aktiviert sein.

Sammelbanner: Nur wenn Sie die obige Einstellung aktiviert haben und die Seitenleiste aktiviert ist, können Sie ein kleines Bannerbild in der Seitenleiste anzeigen. Mit dieser Einstellung aktivieren Sie das Sammelbanner.

Sammelbannerbild: Laden Sie Ihr Sammelbannerbild in .jpg oder .png hoch. Sie können die genaue Dimension dieses Bildes auf <u>dieser Seite finden</u>.

Beispiel für ein Bannerbild:



Komprimiere deine Bilder immer, bevor du sie hochlädst. Dies minimiert die Größe der Bilddatei und führt zu einem schnelleren Laden der Seiten und einem besseren Ranking der Suchmaschinen. Sie können jedes Bild <u>auf dieser Website</u> kostenlos komprimieren.

3.3 Produktseite

Lagerbestand: Zeigen Sie den Lagerbestand hinter der Lagermeldung auf der Produktseite an. Dies wird nur angezeigt, wenn der Bestand verfolgt wird und der Bestand mehr als 0 ist.

Beispiel:

| Stock: | OIn stock (17) |
|--------|------------------|
| otoen. | O III Stock (17) |

4. Soziale Netzwerke

Last updated: 2018-09-11T09:43:29.000Z | Online Version

4.1 Sozial

Sobald die URL eines sozialen Netzwerks festgelegt wurde, wird im Fußbereich ein Symbol mit einem Link angezeigt.

Beispiel:



Social Facebook: Fügen Sie einen Link zu Ihrer Facebook-Seite ein.

Social Twitter: Fügen Sie einen Link zu Ihrer Twitter-Seite ein.

Social Pinterest: Fügen Sie einen Link zu Ihrer Pinterest-Seite ein.

Social Youtube: Fügen Sie einen Link zu Ihrer Youtube-Seite ein.

Social Instagram: Fügen Sie einen Link zu Ihrer Instagram-Seite ein.

Social Google: Fügen Sie einen Link zu Ihrer Google Plus-Seite ein.

Social RSS: Aktivieren Sie den RSS-Feed für Ihren Shop.

4.2 Instagram

Instagram hat kürzlich Richtlinien und Code geändert. Daher ist es nicht mehr möglich, Ihren Shop direkt mit Instagram zu verbinden. Dennoch möchten wir dieses Feature gerne implementieren, da viele Kunden gerne Bilder von Instagram für ihre Zwecke auf ihrer Website haben. Wir haben uns entschieden, einige Upload-Möglichkeiten im Theme zu erstellen, das manuell, aber direkt auf Instagram umleitet. Sie haben nun die volle Kontrolle darüber, was Sie auf Ihrer Homepage anzeigen möchten und trotzdem wie ein Instagram-Plugin aussehen!

Beispiel:



Instagram: Mit dieser Einstellung aktivieren Sie das Instagram-Element auf der Startseite Ihres Shops.

Instagram-Bild (1-8): Laden Sie Ihr Firmenlogo in .jpg oder .png hoch. Sie können die genaue Größe Ihres Bildes auf <u>dieser Seite finden</u>.

Komprimiere deine Bilder immer, bevor du sie hochlädst. Dies minimiert die Größe der Bilddatei und führt zu einem schnelleren Laden der Seiten und einem besseren Ranking der Suchmaschinen. Sie können jedes Bild <u>auf dieser Website</u> kostenlos komprimieren.

Instagram-URL (1-8): Hängen Sie Ihr Instagram-Bild über eine URL an das ursprüngliche Instagram-Bild an.

5. Geschäft

Last updated: 2018-09-11T10:10:27.000Z | Online Version

5. Integrierter Filialfinder

In unserem Starter-Theme können Sie bis zu zwei physische Stores mit Ihrem eCom-Store verknüpfen. Wenn mindestens eine der Store-Einstellungen ausgefüllt ist, wird eine neue Schaltfläche in der Navigationsleiste oben in Ihrem Store angezeigt. Wenn Sie darauf klicken, werden die Standort- und Kommunikationsinformationen unten angezeigt.



Store (1-2): Aktivieren Sie die Anzeige Ihres physischen Geschäftes in Ihrem eCom Store.

Store (1-2) name: Geben Sie den Namen Ihres physischen Speichers ein.

Bild speichern (1-2): Laden Sie ein Bild Ihres physischen Geschäftes in .jpg oder .png hoch. Sie können die genaue Dimension dieses Bildes auf <u>dieser Seite finden</u>.

Beispiel:



Crivex Headquarter Adres: 311 W 43rd St Telephone: +1 347-783-5461 Opening hours: 8AM to 10PM Crivex Callcenter Adres: 344 W 43rd St

Telephone: +1 347-783-5461 Opening hours: 6AM to 11PM

Komprimiere deine Bilder immer, bevor du sie hochlädst. Dies minimiert die Größe der Bilddatei und führt zu einem schnelleren Laden der Seiten und einem besseren Ranking der Suchmaschinen. Sie können jedes Bild auf <u>dieser Website</u> kostenlos komprimieren.

Adresse speichern (1-2): Geben Sie die Adresse Ihres physischen Geschäfts ein.

Telefon (1-2) speichern: Geben Sie eine Telefonnummer für Ihr Geschäft ein.

Store (1-2) Öffnungszeiten: Geben Sie die Öffnungszeiten Ihres Ladens ein.

6. Plugin

Last updated: 2018-09-11T10:19:30.000Z | Online Version



6. Google Maps Plugin

Wir haben ein Google Maps-Plug-in im Starter-Theme eingeführt, mit dem Sie Kunden den genauen Standort Ihres Shops in Google Maps anzeigen können. Du brauchst vielleicht eine kleine Hand, um es einzurichten, aber wir helfen dir gerne dabei. Lesen Sie die folgenden Schritte für eine korrekte Einrichtung genau durch:

1. Einrichtung von Google Maps

Es ist wichtig zu wissen, dass Google Maps seit dem 16. Juli 2018 nicht mehr frei zugänglich ist. Das heißt, es ist kostenlos, unter einer bestimmten Anzahl von Ansichten pro Monat zu verwenden. Nur unter hohem Traffic müssen Sie einen kleinen Betrag bezahlen, um das Plugin zu starten. <u>Damit das Plugin funktioniert, müssen Sie ein Konto bei Google Cloud Services und eine Kreditkarte erstellen.</u> Nach der Erstellung erhalten Sie eine Seriennummer, die wir API-Schlüssel nennen, um Ihre Google Maps im Starter-Design zu aktivieren.

2. Berechnen Sie Ihre Kosten

Die Nutzung von Google Maps war früher kostenlos. Jetzt erhält jeder Google-Kunde einen monatlichen wiederkehrenden Gutschein über 200 US-Dollar auf seine Ausgaben. Das heißt, Sie bezahlen nicht für die Verwendung von Google Maps, wenn Sie weniger als 200 US-Dollar für Traffic ausgeben. Um Ihre monatlichen Ausgaben zu berechnen, sehen Sie sich <u>hier die aktuelle Preistabelle an</u>. Das Starter Theme verwendet die SKU: Maps JavaScript API. Die Anzahl der freien Kartenladungen finden Sie unter Dynamische Karten:

Maps

| | \$200 MONTHLY CREDIT EQUIVALENT FREE USAGE | | MONTHLY VOLUME RANGE (PRICE PER THOUSAND CALLS) | |
|-------------------------------|---|-----------|--|-----------------------|
| | | 0-100,000 | 100,001-500,000 | 500,001+ |
| Mobile Native Static Maps | Unlimited loads | \$0.00 | \$0.00 | |
| Mobile Native Dynamic Maps | Unlimited loads | \$0.00 | \$0.00 | |
| Embed | Unlimited loads | \$0.00 | \$0.00 | |
| Embed Advanced | Up to 14,000 loads | \$14.00 | \$11.20 | CONTACT SALES |
| Static Maps | Up to 100,000 loads | \$2.00 | \$1.60 | for volume discounts. |
| Dynamic Maps | Up to 28,000 loads | \$7.00 | \$5.60 | |
| Static Street View | Up to 28,000 panos | \$7.00 | \$5.60 | |
| Dynamic Street View | Up to 14,000 panos | \$14.00 | \$11.20 | |

Das heißt, wenn Sie weniger als ungefähr 900 Besucher pro Tag (oder 28.000 Ladevorgänge pro Monat) haben, werden Sie für diesen Service nicht extra berechnet.

3. Registrieren Sie Ihr Google Platform-Konto

Ge h e <u>zu dieser Seite</u>. Ein Popup-Fenster erscheint und wählen Sie Karten, bevor Sie die nächste Schaltfläche drücken. Dann geben Sie Ihrem Projekt einen Namen. Ich empfehle Ihnen, den Namen Ihres eCom-Geschäfts anzugeben (Sie können mehrere Geschäfte mit demselben Projekt verwenden). Stimme den Bedingungen zu und bestätige sie. Jetzt werden Sie weitergeleitet, um ein Rechnungskonto zu erstellen. Sie müssen das Rechnungskonto ausfüllen, um einen gültigen API-Schlüssel zu erhalten.

4. Rufen Sie Ihren API-Schlüssel ab

Sobald Ihr Konto erstellt und Ihre Abrechnungseinstellungen bestätigt wurden Sie können den<u>Google</u> <u>Platform Marketplace nach MAPS Javascript API</u> durchsuchen.



Installieren Sie die App und Sie werden automatisch zum Google Platform-Back-End weitergeleitet. Klicken Sie erneut auf den Link.

| 2 | Google Maps | APIs |
|----|-------------|--|
| ¢> | Overview | |
| ≡ | APIs | In-use APIs |
| th | Metrics | Select an API to view details. Figures are for the last 30 days. |
| ÷ | Support | API 1 Maps JavaScript API |

Dann gehe zu Anmeldeinformationen. Hier finden Sie Ihren API-Schlüssel.

| 2 | Google Maps | ← Maps JavaScript API ■ DISABLE | | | | |
|----|-------------|--|-------------|-----------------------|--|--|
| ¢ | Overview | Metrics Quotas Credentials | | | | |
| = | APIs | Use one of these credentials to access this API, or create new credentials by visiting Credentials in the API Manager. | | | | |
| th | Metrics | | | | | |
| * | Support | API keys Name Creation date ~ Restrictions Key | | | | |
| | | Starter Theme API Key | 25 Jan 2018 | HTTP referrers, 1 API | | |

5. Sichern Sie Ihren API-Schlüssel

Herzliche Glückwünsche! Sie haben jetzt Ihren API-Schlüssel, um Google Maps zu aktivieren. Bevor Sie alles beenden, sollten Sie sicherstellen, dass niemand Ihren Schlüssel für ihre Website verwenden kann. <u>Es wird daher dringend empfohlen, einige API-Einschränkungen festzulegen.</u> Gehen Sie zurück zu Ihrer Google Cloud Platform und klicken Sie auf den Namen Ihres API-Schlüssels, um zum folgenden Bildschirm zu gelangen:



Zuerst starten Sie die Anwendungsbeschränkungen. Wenden Sie sie auf den HTTP-Referrer an und fügen Sie die URL zu Ihrem Shop unten ein. Dann gehen Sie zu API-Einschränkungen und stellen Sie sicher, dass Sie die API: Maps JavaScript-API auswählen.

| PI restrictions specify | which APIs can be called with this key. | |
|-------------------------|---|---|
| PI restrictions | | |
| Maps JavaScript API | | î |
| Select API | | • |

Speichern Sie diese Einstellungen und Sie können alle Einstellungen im Backend des Starter Theme in LightSpeed vornehmen! Vergessen Sie nicht, Ihre API-Anfragen gelegentlich im Auge zu behalten.

Lightspeed Starter Theme Google Maps Einstellungen

Google Maps: Aktivieren oder deaktivieren Sie das Google Maps-Plug-in auf Ihrer Startseite. Es wird direkt über der Fußzeile angezeigt.

Google Maps-API-Schlüssel: Kopieren Sie den erhaltenen API-Schlüssel und fügen Sie ihn aus dem obigen Prozess in dieses Feld ein. Ein nicht richtiger API-Schlüssel führt zu einem leeren Feld auf Ihrer Homepage.

Google Maps latitude + longitude: Mit diesen Einstellungen definieren Sie den Bereich der Karte, der auf Ihrer Homepage angezeigt wird. Sie müssen zuerst den Bereich angeben, bevor Sie Ihre Shop-Markierungen setzen können. Stellen Sie sicher, dass Sie den Bereich der Karte um den Standort Ihres Geschäfts zentrieren. Um die genauen Koordinaten Ihres Geschäfts zu finden, folgen Sie den nächsten Schritten:

- Suchen Sie Ihren physischen Laden in Google Maps.
- Kopieren Sie die URL auf einen Notizblock. Beispielsweise: <u>https:</u> //www.google.com/maps/place/Crivex/@52.0988976,5.1089236, ...
- Der erste Teil ist Ihre Standorte Latitude. Beispielsweise: 52.098897
- Der zweite Teil ist Ihre Standorte Länge. Beispielsweise: <u>5.1089236</u>

Google Maps zoom: Definieren Sie die Zoomstufe der Karte. Dies kann eine beliebige Zahl zwischen 0 und 18 sein. Wir empfehlen Level 14 als Standard.

Google Maps-Store (1-2) latitude + longitude: Um eine Markierung auf der Google Maps-Karte des exakten Standortes Ihres eCom-Stores anzuzeigen, fügen Sie die Koordinaten für die geografische Breite und die Länge Ihres physischen Stores ein. Um die genauen Koordinaten Ihres Geschäfts zu finden, folgen Sie den nächsten Schritten:

- Suchen Sie Ihren physischen Laden in Google Maps.
- Kopieren Sie die URL auf einen Notizblock. Beispielsweise:<u>https:</u> //www.google.com/maps/place/Crivex/@52.0988976,5.1089236, ...
- Der erste Teil ist Ihre Standorte Latitude. Beispielsweise: 52.098897
- Der zweite Teil ist Ihre Standorte Länge. Beispielsweise: 5.1089236

Änderungen am Google Maps-Plugin

Die API-Möglichkeiten sind für Google Maps ziemlich endlos. Sie können die Farben des Overlays ändern, eine Richtungstaste einprogrammieren lassen, die Ihrem Kunden den schnellsten Weg zu Ihrem Geschäft usw. bietet. Die Entwicklung dieser Änderungen ist jedoch heikel und Sie sollten sich der steigenden monatlichen Kosten für Ihr Google Cloud Platform-Konto bewusst sein. Kontaktieren Sie uns für spezielle Anfragen.

Documentation (F)

Crivex Soutien

Last updated: 2018-09-11T09:17:44.000Z | Online Version

Mode didacticiel: En activant ce paramètre, vous pouvez directement modifier le front-end de votre boutique. Allez simplement sur votre page d'accueil et cliquez et jouez jusqu'à ce que vous ayez configuré tous les éléments de la mise en page. Assurez-vous de désactiver ces paramètres une fois que vous avez modifié le thème.

Numéro de téléphone de l'entreprise: Insérez le numéro de téléphone de votre entreprise ici. Notre support utilisera ce numéro de téléphone pour vous appeler au cas où vous auriez besoin de support avec le thème. Veuillez également inclure le code pays.

Email de l'entreprise: insérez le mail de contact de votre entreprise. Nous envoyons des notifications de mise à jour pour le thème. Lorsque nous apportons des modifications, il est parfois nécessaire de sauvegarder ou de modifier certains paramètres du back-end pour que votre thème reste à jour.

1. Paramètres généraux

Last updated: 2018-09-11T09:17:00.000Z | Online Version

Logo: Téléchargez votre logo en .jpg ou .png. Vous pouvez trouver la dimension exacte de cette image dans <u>cette rubrique</u>.

exemple d'un logo:



Compressez toujours vos images avant de les télécharger. Cela minimise la taille du fichier image et accélère le chargement des pages et le classement des moteurs de recherche. Vous pouvez compresser n'importe quelle image <u>sur ce site</u> gratuitement.

Favicon: Un favicon est le petit logo que vous voyez au début de votre barre de navigation. Cela vous aidera à visualiser quel site est qui. Pour créer un favicon, vous pouvez <u>visiter ce site</u>. Vous pouvez soit télécharger une image et la redimensionner dans un fichier favicon ou dessiner votre propre fichier.

exemple d'un favicon:



Niveaux de menu: Pour ce réglage, vous avez 3 options. Ce qui va changer, c'est la façon dont le menu de navigation est configuré. Avec seulement les catégories, nous avons plus d'espace pour allouer les images de catégorie. Si vous avez des sous-catégories et des sous-catégories, le menu élimine les images de catégorie afin que les visiteurs puissent naviguer plus rapidement dans votre collection. Choisissez le réglage qui correspond à votre situation:

- Seulement les catégories de haut niveau: les femmes
- Catégories et sous-catégories: Femmes / Chaussures
- Catégories, sous-catégories et sous-catégories de haut niveau: Femmes / Chaussures / Sandales

exemple de navigation par catégorie de premier niveau uniquement:

Categories



exemple de catégories de premier niveau avec des sous-catégories de navigation:



exemple de catégories, sous-catégories et sous-catégories de premier niveau:

| Categories | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| Men | Women |
| Clothing Shoes Accessories | Clothing Shoes Accessories |
| Children | Sale |
| Clothing Shoes Accessories | Clothing Shoes Accessories |

Avis: Lightspeed prend en charge un système de révision intégré gratuit. Ce paramètre active le système de révision Lightspeed sur la page du produit. Une fois qu'une révision a été écrite pour un produit, vous devez l'approuver avant sa publication sur la page du produit. Vous pouvez le faire dans le back-end de votre magasin grâce à Products / Reviews.

exemple d'un avis:



5 sterren gebaseerd op 1 beoordelingen

Redimensionner les images: Les images du produit sont extrêmement importantes pour votre conversion. Assurez-vous que les images de votre produit ont la même taille et ont la même couleur d'arrière-plan. Activez le paramètre de redimensionnement de l'image si vous téléchargez des images de tailles différentes. Notre thème corrigera automatiquement l'image du produit à la taille appropriée du thème.

Bouton panier: Nous suggérons de garder l'image cliquable. Cependant, certains clients préfèrent avoir la possibilité d'afficher un bouton directement dans le panier sous l'image du produit. Avec ce réglage, vous pouvez le faire.

exemple de boutons directs dans le panier:



Balise de vente: Choisissez si vous souhaitez afficher la balise de vente pour les produits à prix réduit en pourcentage ou dans le montant de la devise.

Couleur de la balise de vente: Choisissez une couleur pour la balise affichée dans l'image des produits à prix réduit.

exemple de balise de vente:



2. Couleurs et polices

Last updated: 2018-09-11T09:11:38.000Z | Online Version

2.1 couleur du thème

Couleur du thème: Choisissez la couleur de mise en page principale pour votre boutique. Nous vous conseillons de choisir une couleur de votre logo pour correspondre au style.

Fond du thème: Choisissez une couleur de fond pour votre boutique.



Arrière-plan de l'élément: Chaque élément a un arrière-plan différent de l'arrière-plan de la boutique. Sélectionnez la couleur pour chaque élément ici.



2.2 Image de fond

Image de fond: 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 <u>sur ce</u> <u>site</u>. En termes de vitesse, un fond coloré se chargera plus rapidement dans chaque navigateur.

- Les paramètres ci-dessous vous aident à centrer et à cloner le motif pour qu'il couvre l'espace complet de votre arrière-plan.
- Vous pouvez également décider de télécharger une image en pleine largeur. Gardez à l'esprit que des images plus grandes ralentiront la vitesse de chargement de votre magasin alors qu'un motif a une taille plus petite et est copié. Compressez toujours les images que vous téléchargez.
- L'insertion d'une image annule le réglage de la couleur. Supprimez l'image d'arrière-plan pour afficher uniquement un arrière-plan coloré.

2.3 boutons

Couleur du bouton: Choisissez une couleur pour les boutons de votre boutique.

exemple d'un bouton:



2.4 Polices

Pour personnaliser davantage votre magasin, vous pouvez utiliser l'une des nombreuses polices Web Google incluses dans le thème Starter. Pour parcourir rapidement toutes les polices Google, accédez <u>à ce site</u>. Choisissez votre favori et sélectionnez-le dans la liste dans les paramètres ci-dessous.

En-tête de police: choisissez une police pour tous les en-têtes spéciaux du thème. Comme par exemple dans le slider et sur les bannières.

exemple d'un en-tête spécial:



Titre de la police: Tous les en-têtes (H1, H2, H3, H4, H5, H6) adhéreront à la police choisie pour ce paramètre.

exemple d'un titre:



Police du corps: tout le texte utilisera la police choisie ici.

exemple de texte:



Built the china there tried joke<u>e trinch</u> why. Assure in adieus wicket it is. But spoke round point and one j... Read more

Couleur du corps de la police: Choisissez une couleur pour votre texte ici. Assurez-vous que la couleur a un contraste élevé par rapport à l'arrière-plan.

3. Pages

Last updated: 2018-09-11T09:03:18.000Z | Online Version

3.1 Page d'acceuil

Marques de la page d'accueil: Affiche l'élément des marques de la page d'accueil sur la page d'accueil. Remarque importante: vous ne pouvez pas modifier la commande des marques. Il affichera toujours 6 marques par ordre alphabétique. Cela ne peut pas être changé.

exemple:



Contenu de la page d'accueil: activez cette option pour afficher le contenu personnalisé de la page d'accueil. Dans le back-end de votre boutique Lightspeed, allez au contenu. Puis ajoutez du texte à la page de texte de la page d'accueil. Cela va maintenant être affiché sur votre page d'accueil.

exemple:

| Welcome in our shop! | |
|--|---------|
| Up greatest am exertion or marianne. Shy occasional terminated insensible and inhabiting. So know do fond to half on. Now who promise was justice new winding. In finished on speaking suitable advanced if. Boy happiness sportsmen say prevailed offending concealed nor was provision. Provided so as doubtful on striking required. Waiting we to compa assured. | he s |
| The European languages are members of the same family. Their separate existence is a myth. For science, music, sport, etc, Europe uses the same vocabulary. | |
| | |
| | |

Tags de la page d'accueil: Pour afficher les tags sur la page d'accueil, veuillez activer ce paramètre. Un maximum de 20 balises sera affiché en bas de la page d'accueil.

exemple:

| chen Living room Wood |
|-----------------------|
| t |

Affichage des catégories de la page d'accueil: Pour afficher les catégories sur la page d'accueil, veuillez vous rendre dans les catégories Design / Featured du back-end de votre boutique. Sélectionnez quelques catégories que vous souhaitez afficher. Vous pouvez maintenant choisir comment vous voulez les afficher. En pleine largeur ou en boîte, et avec ou sans espace blanc autour des images.

exemples:





Headlines mobile: Activez cette option pour définir la hauteur des titres à 50% de l'écran sur les appareils mobiles.

Remise: avec ce paramètre, vous activez la barre de réduction de la page d'accueil. Très pratique lorsque vous souhaitez informer vos visiteurs sur les remises ou les messages importants.

exemple de barre de réduction:

Get an extra 10% discount on childrens furniture by using the code "Monster&Co".

Texte de remise: Insérer un texte affiché dans la barre de remise.

Bannière de la page d'accueil: Ce paramètre vous permet d'activer la bannière de la page d'accueil.

exemple de bannière de page d'accueil:



Titre de la bannière de la page d'accueil: insère un titre pour la bannière de votre page d'accueil. Cela sera affiché au milieu de l'image.

Image de bannière de page d'accueil: Téléchargez votre image de bannière de page d'accueil en .jpg ou .png. Vous pouvez trouver la dimension exacte de cette bannière dans <u>cette rubrique</u>.

Compressez toujours vos images avant de les télécharger. Cela minimise la taille du fichier image et accélère le chargement des pages et le classement des moteurs de recherche. Vous pouvez compresser n'importe quelle image <u>sur ce site</u> gratuitement.

3.2 Page de collection

Barre latérale: Affiche une barre latérale sur les pages de collection. Lorsque vous avez moins de 12 produits par catégorie, nous vous recommandons de désactiver la barre latérale. Si vous utilisez des filtres pour vos produits ou si vous souhaitez que vos clients puissent trier les produits en fonction de leur prix, vous devez activer la barre latérale.

Bannière de collection: Seulement si vous avez le paramètre ci-dessus, barre latérale activée, vous pourrez afficher une petite image de bannière dans la barre latérale. Avec ce paramètre, vous activez la bannière de collection.

Image de bannière de collection: Téléchargez votre image de bannière de collection en .jpg ou .png. Vous pouvez trouver la dimension exacte de cette bannière dans <u>cette rubrique</u>.

exemple d'une image de bannière:



Compressez toujours vos images avant de les télécharger. Cela minimise la taille du fichier image et accélère le chargement des pages et le classement des moteurs de recherche. Vous pouvez compresser n'importe quelle image <u>sur ce site</u> gratuitement.

3.3 Page de produit

Niveau de stock: affiche le niveau de stock derrière le message en stock sur la page du produit. Cela ne s'affiche que si le stock est suivi et que le stock est supérieur à 0.

example:



4. Réseaux sociaux

Last updated: 2018-09-11T08:53:58.000Z | Online Version

4.1 Social

Une fois que vous avez ajouté l'URL d'un réseau social, une icône apparaîtra dans la section de pied de page avec un lien.

exemple:



Social Facebook: Insérer un lien vers votre page Facebook.

Social Twitter: Insérer un lien vers votre page Twitter.

Social Pinterest: Insérer un lien vers votre page Pinterest.

Social Youtube: Insérer un lien vers votre page Youtube.

Social Instagram: Insérer un lien vers votre page Instagram.

Social Google: Insérer un lien vers votre page Google.

Social RSS: Activer le RSS-feed de votre boutique.

4.2 Instagram

Instagram a récemment changé sa politique et son code. Il n'est donc plus possible de connecter votre boutique directement avec Instagram. Cependant, nous aimons toujours mettre en œuvre cette fonctionnalité car de nombreux clients aiment avoir des images sur leur site Web à partir d'Instagram à

des fins de contenu. Nous avons décidé de créer des possibilités de téléchargement dans le thème redirigeant vers Instagram manuellement mais directement. Vous avez maintenant le contrôle total sur ce que vous voulez afficher sur votre page d'accueil tout en faisant en sorte qu'il ressemble à un plugin Instagram!

exemple:



Instagram: Avec ce réglage, vous activez l'élément Instagram sur la page d'accueil de votre boutique.

Instagram image (1-8): Téléchargez vos images Instagram en .jpg ou .png. Vous pouvez trouver la dimension exacte de cette image dans <u>cette rubrique</u>.

Compressez toujours vos images avant de les télécharger. Cela minimise la taille du fichier image et accélère le chargement des pages et le classement des moteurs de recherche. Vous pouvez compresser n'importe quelle image <u>sur ce site</u> gratuitement.

Instagram url (1-8): Joignez votre image Instagram à l'image Instagram d'origine via une URL.

5. Magasin

Last updated: 2018-09-11T08:44:24.000Z | Online Version

5. Localisateur de magasin intégré

Dans notre thème de démarrage, vous pouvez vous connecter jusqu'à deux magasins physiques à votre magasin eCom. Si au moins l'un des paramètres du magasin est rempli, un nouveau bouton apparaît dans la barre de navigation en haut de votre magasin. Si vous cliquez dessus, l'emplacement et les informations de communication apparaîtront ci-dessous.


Store (1-2): activez l'affichage de votre magasin physique dans votre magasin eCom.

Nom du magasin (1-2): insérez le nom de votre magasin physique.

Store (1-2) image: Téléchargez une image de votre magasin physique en .jpg ou .png. Vous pouvez trouver la dimension exacte de cette image dans <u>cette rubrique</u>.

exemple:



Compressez toujours vos images avant de les télécharger. Cela minimise la taille du fichier image et accélère le chargement des pages et le classement des moteurs de recherche. Vous pouvez compresser n'importe quelle image <u>sur ce site</u> gratuitement.

Adresse de magasin (1-2): insérez l'adresse de votre magasin physique.

Téléphone Store (1-2): insérez un numéro de téléphone pour votre magasin physique.

Heures d'ouverture du magasin (1-2): insérez les heures d'ouverture de votre magasin physique.

6. Plugin

Last updated: 2018-09-11T08:35:53.000Z | Online Version

6. Google Maps Plugin



Nous avons introduit un plug-in Google Maps dans le thème Starter, dans lequel vous pouvez montrer aux clients l'emplacement exact de votre magasin sur Google Maps. Vous pourriez avoir besoin d'une petite main pour le configurer, mais nous aimons vous aider tout au long du processus. Lisez attentivement les étapes suivantes pour une configuration correcte:

1. Configuration de Google Maps

Il est important de savoir que Google Maps n'est plus accessible depuis le 16 juillet 2018. Cela dit, il est gratuit d'utiliser un certain nombre de vues par mois. Seulement sous un trafic intense, vous devrez payer une petite somme pour exécuter le plug-in. <u>Pour que le plug-in fonctionne, vous devez créer un compte sur Google Cloud Services et avoir une carte de crédit.</u> Une fois créé, vous recevrez un numéro de série, nous l'appelons une clé API, pour activer votre thème Google Maps dans le Starter.

2. Calculez vos coûts

L'utilisation de Google Maps était gratuite. Désormais, chaque client Google reçoit un bon mensuel récurrent de 200 \$ sur ses dépenses. Cela signifie que vous ne payez pas l'utilisation de Google Maps si vous dépensez moins de 200 dollars sur le trafic. Pour calculer vos dépenses mensuelles, consultez <u>la</u> <u>dernière table de prix ici</u>. Le thème de démarrage utilise le SKU: API JavaScript Maps. La quantité de chargements de cartes gratuits se trouve sous Dynamic Maps:

Maps

| | \$200 MONTHLY CREDIT EQUIVALENT FREE USAGE | MONTHLY VOLUME RANGE (PRICE PER THOUSAND CALLS) | | |
|---|---|--|-----------------|-----------------------|
| | | 0-100,000 | 100,001-500,000 | 500,001+ |
| Mobile Native Static Maps | Unlimited loads | \$0.00 | \$0.00 | |
| <u>Mobile Native Dynamic</u> <u>Maps</u> | Unlimited loads | \$0.00 | \$0.00 | |
| Embed | Unlimited loads | \$0.00 | \$0.00 | |
| Embed Advanced | Up to 14,000 loads | \$14.00 | \$11.20 | CONTACT SALES |
| Static Maps | Up to 100,000 loads | \$2.00 | \$1.60 | for volume discounts. |
| Dynamic Maps | Up to 28,000 loads | \$7.00 | \$5.60 | |
| Static Street View | Up to 28,000 panos | \$7.00 | \$5.60 | |
| Dynamic Street View | Up to 14,000 panos | \$14.00 | \$11.20 | |

Cela signifie que si vous avez moins d'environ 900 visiteurs par jour (ou 28 000 chargements par mois), vous ne serez pas facturé de frais supplémentaires pour ce service.

3. Enregistrez votre compte Google Platform

Allez sur <u>cette page</u> Une fenêtre contextuelle apparaîtra et sélectionnera Maps avant d'appuyer sur le bouton suivant. Alors donnez un nom à votre projet. Je suggère de lui donner le nom de votre entreprise eCom (vous pourrez utiliser plusieurs magasins avec le même projet). Acceptez les termes et confirmez. Vous allez maintenant être redirigé pour créer un compte de facturation. Vous devez compléter le compte de facturation pour obtenir une clé API valide.

4. Récupérez votre clé API

Une fois votre compte créé et vos paramètres de facturation validés. Vous pouvez rechercher<u>l'API</u> Javascript MAPS sur Google Platform Marketplace.



Installez l'application et vous serez automatiquement redirigé vers le back-end de la plateforme Google. Cliquez à nouveau sur le lien.



Ensuite, allez à Credentials. C'est là que vous trouverez votre clé API

| 2 | Google Maps | ← Maps JavaScript API ■ DISABLE | | | | | |
|----------|-------------|---|-----------------|-----------------------|--|--|--|
| ¢ | Overview | Metrics Quotas Credentials Use one of these credentials to access this API, or create new credentials by visiting Credentials in the API Manager. | | | | | |
| = | APIs | | | | | | |
| th. | Metrics | | | | | | |
| <u>.</u> | Support | Name | Creation date ~ | Restrictions | Key | | |
| | | Starter Theme API Key | 25 Jan 2018 | HTTP referrers, 1 API | To And | | |

5. Sécuriser votre clé API

Toutes nos félicitations! Vous avez maintenant votre clé API pour activer Google Maps. Avant de quitter tout ce que vous voulez, assurez-vous que personne d'autre ne peut utiliser votre clé pour son site Web. Il est donc extrêmement recommandé de définir certaines restrictions API. Revenez sur votre plateforme Google Cloud et cliquez sur le nom de votre clé API pour accéder à l'écran suivant:



Commencez par définir les restrictions d'application. Appliquez-le au référent HTTP et insérez en bas l'URL de votre boutique. Ensuite, accédez aux restrictions API et assurez-vous de sélectionner l'API: API JavaScript Maps.

| Application restrictions | API restrictions | |
|----------------------------|--------------------------------------|-----|
| API restrictions specify w | hich APIs can be called with this ke | ey. |
| API restrictions | | |
| Maps JavaScript API | | î |
| Select API | | • |
| Note: It may take up to 5 | minutes for settings to take effect. | |
| | 3 | |
| Save Cancel | | |

Enregistrez ces paramètres et vous êtes prêt à effectuer tous les réglages dans le back-end du thème de démarrage dans Lightspeed! N'oubliez pas de surveiller de temps en temps vos requêtes API.

Lightspeed Starter Theme Paramètres Google Maps

Google Maps: activez ou désactivez le plug-in Google Maps sur votre page d'accueil. Il sera affiché juste au-dessus du pied de page.

Clé API Google Maps: copiez et collez la clé API obtenue dans le processus ci-dessus dans ce champ. Une clé API qui n'est pas correcte entraînera un champ vide sur votre page d'accueil.

Latitude + longitude de Google Maps: Avec ces paramètres, vous définissez la zone de la carte affichée sur votre page d'accueil. Vous devez d'abord indiquer la zone avant de pouvoir définir vos marques de magasin. Assurez-vous de centrer la zone de la carte autour de l'emplacement de votre

magasin. Pour trouver les coordonnées exactes de votre magasin, suivez les étapes suivantes:

- Localisez votre magasin physique sur Google Maps.
- Copiez l'URL sur un bloc-notes. Par exemple: <u>https://www.google.com/maps/place/Crivex/@52.0988976,5.1089236, ...</u>
- La première partie concerne vos emplacements Latitude. Par exemple: 52.0988976
- La deuxième partie est vos emplacements Longitude. Par exemple: 5.1089236

Zoom Google Maps: Définissez le niveau de zoom de la carte. Cela peut être n'importe quel nombre entre 0 et 18. Nous suggérons le niveau 14 comme standard.

Google Maps Store (1-2) latitude + longitude: pour afficher un marqueur sur Google Maps à l'emplacement exact de votre magasin eCom, insérez les coordonnées de latitude et de longitude de votre magasin physique. Pour trouver les coordonnées exactes de votre magasin, suivez les étapes suivantes:

- Localisez votre magasin physique sur Google Maps.
- Copiez l'URL sur un bloc-notes. Par exemple: <u>https://www.google.com/maps/place/Crivex/@52.0988976,5.1089236, ...</u>
- La première partie concerne vos emplacements Latitude. Par exemple: <u>52.0988976</u>
- La deuxième partie est vos emplacements Longitude. Par exemple: 5.1089236

Modifications du plug-in Google Maps

Les possibilités de l'API sont quasiment infinies pour Google Maps. Vous pouvez changer les couleurs de la superposition, y programmer un bouton de direction donnant à votre client l'itinéraire le plus rapide vers votre magasin, etc. Contactez-nous pour des demandes spéciales.