

ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ / ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ

Πτυχιακή εργασία

Θέμα: ««Δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος με χρήση του
Συστήματος Διαχείρισης Περιεχομένου (CMS)WOOCOMMERCE»»

Anisa Boduri (A.M)

Ευαγγελία Ζαλοκώστα (A.M)

Εποπτεύων καθηγητής: Γκίκας Κ. Δημήτριος

Μεσολόγγι 2017

Πρόλογος

Στόχος της πτυχιακής εργασίας είναι η κατασκευή ενός ηλεκτρονικού καταστήματος (eshop) με χρήση του Συστήματος Διαχείρισης Περιεχομένου (CMS)Woocommerce» με ονομασία «e-shoes».

Το eshop περιέχει προϊόντα αντρικά και γυναικεία με πολλά είδη και χαρακτηριστικά καθώς και τιμές που θα ικανοποιούν τους χρήστες.

Κάθε χρήστης θα μπορεί να κάνει την εγγραφή του και να περιηγείται ηλεκτρονικά στα προϊόντα του ηλεκτρονικού καταστήματος, θα μπορεί να αγοράζει και να πληρώνει με διάφορους τρόπους. Για την ανάπτυξη του e-shoes στη διεύθυνση <http://dev-e-shoes.pantheonsite.io/> χρησιμοποιήσαμε το ανοιχτού κώδικα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου (CMS) Woocommerce.

Περίληψη

Στην πτυχιακή εργασία γίνεται η θεωρητική ανάλυση, μελέτη και κατασκευή μιας εφαρμογής ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop) χρησιμοποιώντας το ανοιχτού κώδικα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου Wordpress. Αρχικά, γίνεται η εισαγωγή στις έννοιες του ηλεκτρονικού εμπορίου και του διαδικτύου. Στη συνέχεια, παρουσιάζεται ο τρόπος υλοποίησης του ηλεκτρονικού καταστήματος αρχίζοντας από την εγκατάσταση και παραμετροποίηση των εργαλείων που χρησιμοποιήθηκαν, αναλύοντας τον τρόπο λειτουργίας τους. Η πτυχιακή εργασία καταλήγει με την παρουσίαση των λειτουργιών του ηλεκτρονικού καταστήματος από την πλευρά του χρήστη.

Ευχαριστίες

Μέσα από την εκπόνηση αυτής της εργασίας θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τον επιβλέποντα καθηγητή κ Δημήτρη Γκίκα, για τις συμβουλές του, την άμεση παρέμβαση στα προβλήματα που προέκυπταν, καθώς και για την εμπιστοσύνη που μας εξέφρασε για την ανάθεση του παρόντος Θέματος.

Περιεχόμενα

Πρόλογος	ii
Περίληψη	iii
Ευχαριστίες	iv
Περιεχόμενα.....	v
Πίνακας εικόνων	vii
Εισαγωγή	1
Contextual Review ή αναφορά συνάφειας	2
Σκοπός και στόχος της εργασίας.....	3
Δομή Εργασίας	4
Κεφάλαιο 1ο Διαδίκτυο και Παγκόσμιος ιστός - www (World Wide Web).....	6
1.1 Παγκόσμιος ιστός - www (World Wide Web)	6
1.2 Διαδίκτυο	7
1.2.1 Τεχνολογία διαδικτύου.	7
1.3 Ιστορία διαδικτύου.....	7
1.4. Παγκόσμιος Ιστός (World Wide Web – WWW).....	9
1.5 Πρωτόκολλο TCP/IP	10
1.6. Πρωτόκολλο http	11
1.7. Βασικές υπηρεσίες του διαδικτύου.....	11
1.8 Τι είναι ιστοσελίδα.....	12
Κεφάλαιο 2ο Ηλεκτρονικό εμπόριο.....	13
2.1 Είδη ηλεκτρονικού εμπορίου.....	13
2.1.1 Μη επιχειρησιακό Ηλεκτρονικό Εμπόριο (non-business EC).....	13
2.1.3 Συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων (Business-to-Business - B2B).....	13
2.1.4 Λιανικές πωλήσεις Ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ επιχείρησης και καταναλωτών (Business-to-Consumer - B2C)	14
2.1.5 Συναλλαγές μεταξύ Καταναλωτών (Consumer-to-Consumer - C2C).....	14
2.1.7 Business-to-Government (B2G)	14
2.1.8 Mobile-commerce (m-Commerce)	15
2.1.9 Επίπεδο Ασφαλών Συνδέσεων (SSL - Secure Sockets Layer).....	15
2.1.10 Ασφαλείς Ηλεκτρονικές Συναλλαγές (SET - Secure Electronic Transactions)	16
2.1.11 Έξυπνες κάρτες (Smart Cards)	16
2.1.12 Πιστοποίηση και ασφάλεια.....	17
2.2 Βασικά οφέλη του ηλεκτρονικού εμπορίου για τον καταναλωτή	17
2.3 Βασικά οφέλη του ηλεκτρονικού εμπορίου για την εταιρία.....	18
2.4 Η Διαφορά μεταξύ e-Commerce και e-Business	18
2.5 Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα μπορεί να προσφέρει σε μια επιχείρηση	19
Κεφάλαιο 3ο Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου	22
3.1 Ορισμός Συστήματος Διαχείρισης Περιεχομένου	22
3.2 Πλεονεκτήματα & Μειονεκτήματα ενός CMS	23
3.2.1 Πλεονεκτήματα	23
3.2.2 Μειονεκτήματα	24
3.3 Λογισμικά CMS Ανοικτού Κώδικα	27
3.3.1 Joomla	27
3.3.2 Drupal	28

3.3.3WordPress	28
3.3.4 WooCommerce	29
3.3.4.1 Χαρακτηριστικά του WordPress.....	29
3.3.4.2 Πρόσθετα (plugins).....	30
3.3.4.3 Θέματα (themes).....	30
3.3.4.4 Widgets	31
3.3.4.5 Ρόλοι χρηστών	31
3.3.4.6 Πλεονεκτήματα του Wordpress	32
Εξοικονόμηση χρημάτων.....	32
3.4 Ποιος ο λόγος επιλογής τύπου ιστοσελίδας.....	34
Κεφάλαιο 4ο Δημιουργία ηλεκτρονικού καταστήματος με τη χρήση του WooCommerce	36
4.1 Εγκατάσταση Wordpress στο Pantheon.io	36
Εμφάνιση	48
4.2 Δημιουργία κατηγοριών προϊόντων.....	71
4.3 Εισαγωγή προϊόντων.....	73
4.4 Μέθοδος πληρωμής Google Checkout	74
Κεφάλαιο 5ο Ανάλυση και Σχεδίαση	76
5.1 Καταγραφή απαιτήσεων συστημάτων	76
5.2 Διαγράμματα Χρήσεως.....	77
5.3 Ενδεικτικές οθόνες.....	80
5.4 Χάρτης ιστότοπου.....	82
Κεφάλαιο 6ο	83
6.1 Στατιστική Ανάλυση - Κίνηση Ιστοσελίδας.....	83
Συμπεράσματα	86
Βιβλιογραφία	87

Πίνακας εικόνων

Εικόνα 1 Διαδίκτυο.....	8
Εικόνα 3 Βασικές υπηρεσίες του διαδικτύου	12
Εικόνα 5 Drupal	28
Εικόνα 6 WordPress.....	28
Εικόνα 7: Επιλογή του Wordpress.....	36
Εικόνα 8:Πίνακας ελέγχου.....	38
Εικόνα 9:Εγκατάσταση πρόσθετου Woocommerce	39
Εικόνα 10: κουμπί Ενεργοποίησης.....	39
Εικόνα 11: Βασικές σελίδες του ηλεκτρονικού καταστήματος.....	41
Εικόνα 12: Τοπικές ρυθμίσεις.....	42
Εικόνα 13:Ρυθμίσεις αποστολής και φόρου	43
Εικόνα 14: Μέθοδοι πληρωμής	44
Εικόνα 15: Επιτυχής παραμετροποίηση	45
Η ρύθμιση της λειτουργίας του WooCommerce γίνεται μέσα από το μενού WooCommerce\Ρυθμίσεις.	45
Εικόνα 16: Ρυθμίσεις για την τοποθεσία πώλησης και αποστολής και για το νόμισμα που χρησιμοποιείται στις συναλλαγές.	47
Εικόνα 17: Σελίδες Καταστήματος & Προϊόντων	50
Εικόνα 18: Φόρος	52
Εικόνα 19: Συντελεστές Φόρου	52
Εικόνα 20: Αποστολή	53
Εικόνα 21: Ταμείο Διαδικασία Ταμείου	54
Εικόνα 22:Σελίδες Ταμείου	54
Εικόνα 23: Υπηρεσίες Πληρωμής: Εδώ ορίζονται οι τρόποι πληρωμής όπως δημιουργήθηκαν στην ενεργοποίηση του WooCommerce.....	55
Εικόνα 24 Επιλέγουμε Payments και την χώρα μας (Greece) και εμφανίζονται όλοι οι πιθανοί πάροχοι online πληρωμών.	55
Εικόνα 25 Τρόπος ρύθμισης αποδοχής πληρωμών μέσω PayPal.....	56
Εικόνα 26 Δοκιμαστική έκδοση του PayPal.....	56
Εικόνα 27: Λογαριασμοί.....	57
Εικόνα 28 : Λογαριασμοί μου.....	57
Εικόνα 29: Emails	58
Εικόνα 30 Προσθήκη Νέου Κουπονιού.....	59
.....	59
Εικόνα 31 Δημοσίευση	59
Εικόνα 32 Εμφάνιση Θέματα.....	60
Εικόνα 33 Νέο θέμα.....	60
Εικόνα 34 Εγκατεστημένο το νέο θέμα.	61
Εικόνα 35 E-Shoes	61
Εικόνα 36 Προσαρμογή νέου θέματος	62
Εικόνα 37 Νέο θέμα.....	62
Εικόνα 38 Αλλαγή λογότυπου	63
Εικόνα 39 Αλλαγή Λογότυπου	64
Εικόνα 40 Sassy Social Shar.....	65
Εικόνα 41 Ρυθμίσεις τα κοινωνικά δίκτυα	66
Εικόνα 42 Ρυθμίσεις στα κοινωνικά δίκτυα	66
Εικόνα 43 Google maps easy.....	67
Εικόνα 44 Χάρτης Ιστότοπου	67

Εικόνα 45	Εισαγωγή Χάρτη στη σελίδα Επικοινωνία.....	68
Εικόνα 46	Πρόσθετο WPForms lite.....	68
Εικόνα 47	Εισαγωγή φόρμας.....	69
Εικόνα 48:	Εγκατάσταση πρόσθετου για Backup	69
Εικόνα 49:	Εγκατάσταση πρόσθετου για Backup1	70
Εικόνα 50:	Ολοκλήρωση Backup	71
Εικόνα 52:	Καρτέλα Αποθήκη.....	74
Εικόνα 53	Google Checkout	75
Εικόνα 54:	Βασικές εργασίες του χρήστη στο σύστημα	78
Εικόνα 27:	-Τρόπος πληρωμής των προϊόντων -checkout	79
Εικόνα 28:	Αναζήτηση και αγορά προϊόντων του χρήστη στο σύστημα	79
Εικόνα 30:	Ενδεικτική οθόνη για την αγορά ενός προϊόντος.....	81
Εικόνα 31:	Ενδεικτική οθόνη για την αναζήτηση ενός προϊόντος.....	81
Εικόνα 32:	Ενδεικτική οθόνη για Checkout	82
Εικόνα 33:	Χάρτης Ιστοτόπου	82
Εικόνα 55	Εγκαθιστούμε το πρόσθετο Google Analytics Dashboard for WP	83
Εικόνα 56	Λογαριασμός στο Google Analytics	84
Εικόνα 57	Save Access Code.....	85

Εισαγωγή

Η ευρεία ανάπτυξη της χρήσης του ταχεία διαδικτύου, δημιούργησε καινούργια δεδομένα και στο χώρο του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Στο πρώτο Κεφάλαιο της εργασίας αυτής αναπτύσσεται η ιστορία του διαδικτύου και της ιστοσελίδας. Στη συνέχεια παρουσιάζεται με λεπτομερή αναφορά το ηλεκτρονικό εμπόριο και τα είδη αυτού, καθώς και η διαφορά μεταξύ e-Commerce και e-Business. Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στις κατηγορίες των CMS Web και παρουσιάζεται μια σύντομη ιστορική αναδρομή του συστήματος Woocommerce. Όσον αφορά, το συγκεκριμένο Σύστημα διαχείρισης Περιεχομένου θα πραγματοποιηθεί μια παρουσίαση των κύριων χαρακτηριστικών του, των νέων δυνατοτήτων του καθώς και της δομής του συστήματος. Τελειώνοντας, θα επιχειρηθεί μια συγκριτική παρουσίαση του συστήματος με το Joomla με άλλα CMS και το κεφάλαιο θα ολοκληρωθεί με την κριτική παρουσίαση του συστήματος παραθέτοντας τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά του.

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η εγκατάσταση του Woocommerce μαζί με όλες τις ρυθμίσεις για την εισαγωγή του ηλεκτρονικού καταστήματος και το θεωρητικό μέρος για το ηλεκτρονικό κατάστημα.

Στο πέμπτο κεφάλαιο γίνεται η παρουσίαση των περιπτώσεων χρήσης και τα διαγράμματα που αφορούν βασικές εργασίες.

Στο έκτο κεφάλαιο παρουσιάζονται και τέλος παρουσιάζονται τα συμπεράσματα

Contextual Review ή αναφορά συνάφειας

Η εποχή μας χαρακτηρίζεται ως η εποχή της πληροφορίας , καθώς καθημερινά όλοι μας αναζητάμε οποιαδήποτε πληροφορία μέσα από ιστότοπους για συλλογή πληροφοριών, εύρεση διαφόρων αντικειμένων, αγορά προϊόντων.

Για τους παραπάνω λόγους φαίνεται πολύ χρήσιμο να υπάρχουν εργαλεία τα οποία μας δίνουν την δυνατότητα να φτιάχνουμε ιστοσελίδες γρήγορα, εύκολα και για όλο το εύρος των αναγκών της σύγχρονης ζωής μας. Υπάρχουν πολλά τέτοια εργαλεία και ένα απο αυτά είναι το Woocommerce .Παρέχει πολλές δυνατότητες σχεδίασης δυναμικών ιστοσελίδων και γι' αυτό τον λόγο προτιμάται έναντι των υπολοίπων open source προγραμμάτων. Το θέμα της συγκεκριμένης εργασίας πιστεύω πως έχει αντίκρισμα στις καθημερινές μας διαδικτυακές αναζητήσεις καθώς ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό του πληθυσμού λόγω της σημερινής οικονομικής κατάστασης επιλέγει πρώτα να κάνει μια έρευνα αγοράς μέσω διαδικτύου και ύστερα να επισκεφτεί από κοντά τα καταστήματα.

Σκοπός και στόχος της εργασίας

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η δημιουργία, ο σχεδιασμός, η υλοποίηση και η παρουσίαση ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, με χρήση του Woocommerce. Για το ηλεκτρονικό μας κατάστημα επιλέξαμε το πρόσθετο Woocommerce. Είναι ένα ανοιχτού λογισμικού πρόσθετο, σχεδιασμένο για μικρά έως και μεγάλα ηλεκτρονικά καταστήματα που χρησιμοποιούν Wordpress. Εμφανίστηκε τον Σεπτέμβρη του 2011 και πολύ γρήγορα έγινε γνωστό για την εύκολη εγκατάσταση και προσαρμοστικότητα του. Δεν μπορεί να λειτουργήσει αυτόνομα παρά μόνο ως πρόσθετο του συστήματος διαχείρισης περιεχομένου Wordpress. Αποτελεί ολοκληρωμένη λύση ηλεκτρονικού καταστήματος, αφού προσφέρει ένα ολοκληρωμένο περιβάλλον διαχείρισης και την δυνατότητα επέκτασης με την χρήση προσθέτων.

Δομή Εργασίας

Στο πρώτο κεφάλαιο θα δούμε βασικές έννοιες γύρω από το διαδίκτυο, την κατασκευή ιστοσελίδων και ιστορικά στοιχεία. Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Στο τρίτο κεφάλαιο θα εξετάσουμε τα εργαλεία για την κατασκευή της ιστοσελίδας μας και γιατί επιλέξαμε το Woocommerce. Παρακάτω στο τέταρτο κεφάλαιο θα δούμε αναλυτικά την κατασκευή της σελίδας του ηλεκτρονικού καταστήματος. Στο πέμπτο κεφάλαιο θα εξετάσουμε πως το σύστημα διαχείρισης περιεχομένου αποθηκεύει και διαχειρίζεται τα βασικά δεδομένα στην βάση του. Τέλος παρατίθενται η κίνηση της ιστοσελίδας και τα συμπεράσματα της εργασίας.

Κεφάλαιο 1ο Διαδίκτυο και Παγκόσμιος ιστός - www (World Wide Web)

1.1 Παγκόσμιος ιστός - www (World Wide Web)

Ο Παγκόσμιος Ιστός (World Wide Web ή www) είναι ένα μέρος του Διαδικτύου. Αποτελεί το μεγαλύτερο, το δημοφιλέστερο και το ταχύτερα αναπτυσσόμενο κομμάτι του. Συγκεκριμένα, ο Παγκόσμιος Ιστός είναι το μέσο για την εύκολη ανάκτηση του τεράστιου όγκου πληροφοριών που διατίθενται μέσω του Διαδικτύου. Χρησιμοποιεί ένα από τα πρωτόκολλα του Διαδικτύου, το Hypertext Transfer Protocol (HTTP) Ιστοσελίδα (web page) Οι πληροφορίες του Παγκόσμιου Ιστού εμφανίζονται μορφοποιημένες με τη γλώσσα HTML (Hypertext Markup Language) σε μορφή ιστοσελίδων (web pages) και με την κατάληξη .htm ή .html. Υπάρχουν όμως και διαφορετικές μορφοποιήσεις ιστοσελίδων, όπως για παράδειγμα .php. Οι ιστοσελίδες μπορεί να περιέχουν εκτός από στατικό κείμενο, εικόνες, video, ήχο, κινούμενες εικόνες (animation), δυναμικό κείμενο κτλ. Διακομιστής Ιστού (web server) Κάθε ιστοσελίδα βρίσκεται με τη μορφή αρχείου σε κάποιον διακομιστή Ιστού (web Server).

Οι διακομιστές Ιστού είναι ειδικοί υπολογιστές με ειδικό λογισμικό και κατάλληλες δικτυακές συνδέσεις, οι οποίοι επιτρέπουν τη διάθεση των ιστοσελίδων σε ολόκληρο τον κόσμο. Ο χρήστης του Διαδικτύου που θέλει να δει μια ιστοσελίδα, τη ζητάει από τον διακομιστή Ιστού στον οποίο αυτή βρίσκεται, και ο διακομιστής Ιστού με τη σειρά του την στέλνει. Πρόγραμμα Περιήγησης (web browser) Το πρόγραμμα περιήγησης ή αλλιώς ο web browser είναι ένα πρόγραμμα (πχ Netscape Navigator, Internet Explorer, Mozilla κτλ.), το οποίο χρησιμοποιεί ο χρήστης για να ζητήσει μια ιστοσελίδα από τον διακομιστή Ιστού που την περιέχει. Ο διακομιστής Ιστού λαμβάνει το αίτημα και εμφανίζει την ιστοσελίδα στο παράθυρο του προγράμματος περιήγησης του χρήστη. Οι περισσότερο χρησιμοποιούμενοι browsers είναι οι :

- Windows Internet Explorer
- Mozilla Firefox
- Apple Safari
- Opera
- Google Chrome

1.2 Διαδίκτυο

Το Διαδίκτυο ή Internet όπως είναι η διεθνής ονομασία του που έχει επικρατήσει, είναι ένα παγκόσμιο δίκτυο ηλεκτρονικών υπολογιστών, οι οποίοι επικοινωνούν μεταξύ τους χρησιμοποιώντας ένα κοινό πρωτόκολλο επικοινωνίας, το TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol). Οι χρήστες του Διαδικτύου μπορούν εύκολα και γρήγορα να περιηγηθούν σε μια τεράστια βάση πληροφοριών, να αποστείλουν και να λάβουν αρχεία, να κάνουν χρήση της ηλεκτρονικής αλληλογραφίας, και γενικά να χρησιμοποιήσουν ένα πλήθος πολυάριθμων υπηρεσιών που έχουν στη διάθεσή του.

Η απaráλλακτη μεταφορά της πληροφορίας σε οποιαδήποτε μορφή είναι αυτή (αρχείο, μήνυμα κτλ.), επιτυγχάνεται με τη χρήση ενός κατάλληλου πρωτοκόλλου μεταφοράς (transfer protocol). Το πρωτόκολλο μεταφοράς λέει στους δύο υπολογιστές πώς να στείλουν και πώς να λάβουν την πληροφορία. Ανάμεσα σε αυτά που χρησιμοποιούνται περισσότερο είναι τα εξής:

- Hypertext Transfer Protocol (HTTP): Για την περιήγηση στον Παγκόσμιο Ιστό.
- Simple Mail Transfer Protocol (SMTP): Για την υπηρεσία του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.
- File Transfer Protocol (FTP): Για την υπηρεσία της μεταφοράς αρχείων.
- Network News Transfer Protocol (NNTP): Για τη χρήση του Usenet και τη συμμετοχή σε ομάδες ειδήσεων – συζητήσεων (Newsgroups)

1.2.1 Τεχνολογία διαδικτύου.

Το **Διαδίκτυο** ή **Internet** όπως είναι η διεθνής ονομασία του που έχει επικρατήσει, είναι ένα παγκόσμιο δίκτυο ηλεκτρονικών υπολογιστών, οι οποίοι επικοινωνούν μεταξύ τους χρησιμοποιώντας ένα κοινό πρωτόκολλο επικοινωνίας, το TCP/IP. Οι χρήστες του Διαδικτύου μπορούν εύκολα και γρήγορα να περιηγηθούν σε μια τεράστια βάση πληροφοριών, να αποστείλουν και να λάβουν αρχεία, να κάνουν χρήση της ηλεκτρονικής αλληλογραφίας, και γενικά να χρησιμοποιήσουν ένα πλήθος πολυάριθμων υπηρεσιών που έχουν στη διάθεσή τους.

1.3 Ιστορία διαδικτύου

Οι πρώτες απόπειρες για την δημιουργία ενός διαδικτύου ξεκίνησαν στις ΗΠΑ κατά την διάρκεια του ψυχρού πολέμου. Η Ρωσία είχε ήδη στείλει στο διάστημα τον δορυφόρο Σπούτνικ κάνοντας τους Αμερικανούς να φοβούνται όλο και περισσότερο για την ασφάλεια της χώρας τους. Θέλοντας λοιπόν να προστατευτούν από μια πιθανή πυρηνική επίθεση των Ρώσων δημιούργησαν την υπηρεσία προηγμένων αμυντικών ερευνών ARPA. Αποστολή της συγκεκριμένης υπηρεσίας ήταν να βοηθήσει τις στρατιωτικές δυνάμεις των ΗΠΑ να αναπτυχθούν τεχνολογικά και να δημιουργηθεί ένα δίκτυο επικοινωνίας το οποίο θα μπορούσε να επιβιώσει σε μια ενδεχόμενη πυρηνική επίθεση.

Το αρχικό θεωρητικό υπόβαθρο δόθηκε από τον Τζ. Λικλάιντερ (J.C.R. Licklider) που ανέφερε σε συγγράμματά του το "γαλαξιακό δίκτυο". Η θεωρία αυτή υποστήριζε



την ύπαρξη ενός δικτύου υπολογιστών που θα ήταν συνδεδεμένοι μεταξύ τους και θα μπορούσαν να ανταλλάσσουν γρήγορα πληροφορίες και προγράμματα. Το επόμενο θέμα που προέκυπτε ήταν ότι το δίκτυο αυτό θα έπρεπε να ήταν αποκεντρωμένο έτσι ώστε ακόμα

Εικόνα 1 Διαδίκτυο

κι αν κάποιος κόμβος του δεχόταν επίθεση να υπήρχε δίοδος επικοινωνίας για τους υπόλοιπους υπολογιστές. Τη λύση σε αυτό έδωσε ο Πολ Μπάραν (Paul Baran) με τον σχεδιασμό ενός κατανεμημένου δικτύου επικοινωνίας που χρησιμοποιούσε την ψηφιακή τεχνολογία. Πολύ σημαντικό ρόλο έπαιξε και η θεωρία ανταλλαγής πακέτων του Λέοναρντ Κλάινροκ (Leonard Kleinrock), που υποστήριζε ότι πακέτα πληροφοριών που θα περιείχαν την προέλευση και τον προορισμό τους μπορούσαν να σταλούν από έναν υπολογιστή σε έναν άλλο.

Στηριζόμενο λοιπόν σε αυτές τις τρεις θεωρίες δημιουργήθηκε το πρώτο είδος διαδικτύου γνωστό ως ARPANET. Εγκαταστάθηκε και λειτούργησε για πρώτη φορά το 1969 με 4 κόμβους μέσω των οποίων συνδέονται 4 μίνι του πανεπιστημίου της Καλιφόρνια στην Σάντα Μάρμπαρα του πανεπιστημίου της Καλιφόρνια στο Λος Άντζελες, το SRI στο Στάνφορντ και το πανεπιστήμιο της Γιούτα. Η ταχύτητα του

δικτύου έφθανε τα 50 kbps και έτσι επιτεύχθηκε η πρώτη *dial up* σύνδεση μέσω γραμμών τηλεφώνου. Μέχρι το 1972 οι συνδεδεμένοι στο ARPANET υπολογιστές έχουν φτάσει τους 23, οπότε και εφαρμόζεται για πρώτη φορά το σύστημα διαχείρισης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου(e-mail).

Παράλληλα δημιουργήθηκαν και άλλα δίκτυα, τα οποία χρησιμοποιούσαν διαφορετικά πρωτόκολλα(όπως το x.25 και το UUCP) τα οποία συνδέονταν με το ARPANET. Το πρωτόκολλο που χρησιμοποιούσε το ARPANET ήταν το NCP (Network Control Protocol), το οποίο, όμως, είχε το μειονέκτημα ότι λειτουργούσε μόνο με συγκεκριμένους τύπους υπολογιστών. Έτσι, δημιουργήθηκε η ανάγκη στις αρχές του 1970 για ένα πρωτόκολλο που θα ένωνε όλα τα δίκτυα που είχαν δημιουργηθεί μέχρι τότε. Το 1974 λοιπόν, δημοσιεύεται η μελέτη των Βιντ Σερφ (Vint Cerf) και Μπομπ Κάαν (Bob Kahn) από την οποία προέκυψε το πρωτόκολλο TCP (Transmission Control Protocol) που αργότερα το 1978 έγινε TCP/IP, προσετέθη δηλαδή το Internet Protocol (IP), ώσπου το 1983 έγινε το μοναδικό πρωτόκολλο που ακολουθούσε το ARPANET.¹ <http://nefeli.lib.teicrete.gr> [Τελευταία ανάκτηση 20/5/2017]

Το 1984 υλοποιείται το πρώτο DNS (Domain Name System) σύστημα στο οποίο καταγράφονται 1000 κεντρικοί κόμβοι και οι υπολογιστές του διαδικτύου πλέον αναγνωρίζονται από διευθύνσεις κωδικοποιημένων αριθμών. Ένα ακόμα σημαντικό βήμα στην ανάπτυξη του Διαδικτύου έκανε το Εθνικό Ίδρυμα Επιστημών (National Science Foundation, NSF) των ΗΠΑ, το οποίο δημιούργησε την πρώτη διαδικτυακή πανεπιστημιακή ραχοκοκαλιά (backbone), το NSFNet, το 1986. Ακολούθησε η ενσωμάτωση άλλων σημαντικών δικτύων, όπως το Usenet, το Fidonet και το Bitnet.

Η μεγάλη άνθιση του Διαδικτύου όμως, ξεκίνησε με την εφαρμογή της υπηρεσίας του Παγκόσμιου Ιστού από τον Τιμ Μπέρνερς-Λι στο ερευνητικό ίδρυμα CERN το 1989, ο οποίος είναι στην ουσία, η "πλατφόρμα", η οποία κάνει εύκολη την πρόσβαση στο Ίντερνετ, ακόμα και στη μορφή που είναι γνωστό

1.4. Παγκόσμιος Ιστός (World Wide Web – WWW)

¹ Πτυχιακή Εργασία του φοιτητή Γιαννικάκη Γεώργιο -Συμεών με θέμα: « Υλοποίηση ιστοσελίδας για την προώθηση βιολογικών προϊόντων» Τ.Ε. Ι Κρήτης, Σχολή Τεχνολογικών Εφαρμογών Τμήμα Μηχανικών Πληροφορικής

Ο Παγκόσμιος Ιστός (World Wide Web – WWW) είναι μια σχετικά πρόσφατη δικτυακή υπηρεσία, που γνώρισε καθολική αποδοχή. Η επιτυχία του ήταν τέτοια, που οδήγησε στη ραγδαία εξάπλωση του Διαδικτύου (Internet) – ο περισσότερος κόσμος, άλλωστε, τον θεωρεί συνώνυμο του Διαδικτύου. Ο Παγκόσμιος Ιστός αποτελεί μια τεράστια συλλογή πληροφοριών, αποθηκευμένων σε διάφορες μορφές (κείμενο, εικόνα, ήχος, κινούμενη εικόνα και γραφικά κ.ά.). Αυτή η συλλογή είναι κατανεμημένη και διατίθεται στο Διαδίκτυο μέσω ειδικών εφαρμογών, που ονομάζονται εξυπηρετητές Παγκοσμίου Ιστού (WWW servers).



1.5 Πρωτόκολλο TCP/IP

Εικόνα 2 World Wide Web

Η ονομασία TCP/IP προέρχεται από τις συντομογραφίες των δύο κυριότερων πρωτοκόλλων της συλλογής: Transmission Control Protocol και το Internet Protocol. Αυτή η συλλογή πρωτοκόλλου είναι οργανωμένη σε επίπεδα. Το κάθε ένα τους απαντά σε συγκεκριμένα προβλήματα μεταφοράς δεδομένων και παρέχει μια καθορισμένη υπηρεσία στα υψηλότερα επίπεδα. Τα ανώτερα επίπεδα είναι πιο κοντά στη λογική του χρήστη και εξετάζουν πιο αφηρημένα δεδομένα. Στηρίζονται στα πρωτόκολλα των χαμηλότερων επιπέδων για την μετάφραση δεδομένων με μορφές οι οποίες είναι δυνατόν να διαβιβαστούν με φυσικά μέσα.² Το πρωτόκολλο IP είναι υπεύθυνο για το πέρασμα του πακέτου από υπολογιστή σε υπολογιστή μέσα από το «σύννεφο» των συνδέσμων. Καθώς το IP δρομολογεί το κάθε πακέτο μέσα στο δίκτυο προσπαθεί να το παραδώσει αλλά δεν μπορεί να εγγυηθεί ούτε ότι το πακέτο θα φτάσει στον προορισμό του ούτε ότι τα διάφορα πακέτα που αποτελούν τα αρχικά δεδομένα θα φτάσουν με την σειρά την οποία στάλθηκαν ούτε ότι το περιεχόμενο των πακέτων θα φτάσει αναλλοίωτο. Το TCP προσφέρει ένα αξιόπιστο πρωτόκολλο πάνω από το IP. Εγγυάται ότι τα πακέτα θα παραδοθούν στον προορισμό τους, ότι θα φτάσουν με την σειρά την οποία στάλθηκαν και ότι τα περιεχόμενα των πακέτων θα φτάσουν αναλλοίωτα. Το TCP δουλεύει ως εξής: Αρχικά το κάθε πακέτο δεδομένων αριθμείται. Ο υπολογιστής-παραλήπτης και ο υπολογιστής-αποστολέας αλλά όχι οι

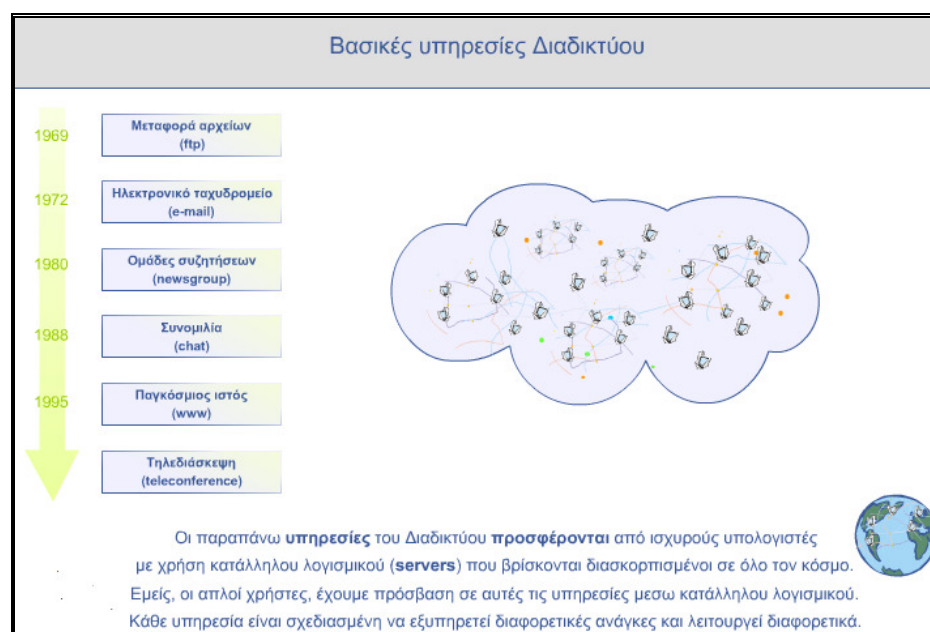
² Jeffrey Veen (2001) – The Art and Science of Web Design, εκδόσεις Μ. Γκιούρδας

ενδιάμεσοι υπολογιστές, παρακολουθούν τους αριθμούς των πακέτων και ανταλλάσσουν μεταξύ τους πληροφορίες. Ο παραλήπτης λαμβάνει το πρώτο πακέτο, το δεύτερο κλπ. Σε περίπτωση που παρουσιαστεί κάποιο πρόβλημα στο δίκτυο είτε χαθεί κάποιο πακέτο κατά την διάρκεια της μετάδοσης, το ξαναζητάει και ο αποστολέας είναι υπεύθυνος για την αναμετάδοση του. Ο παραλήπτης ελέγχει επίσης αν το περιεχόμενο των πακέτων φτάνει σωστά. Η μέθοδος αυτή εξασφαλίζει αξιοπιστία και ταχύτητα διότι οι ενδιάμεσοι υπολογιστές δεν εκτελούν ελέγχους.

1.6. Πρωτόκολλο http

Το **HTTPS** χρησιμοποιείται στην πληροφορική για να δηλώσει μία ασφαλή δικτυακή σύνδεση http. Ένας σύνδεσμος (URL) που αρχίζει με το πρόθεμα https υποδηλώνει ότι θα χρησιμοποιηθεί κανονικά το πρωτόκολλο HTTP, αλλά η σύνδεση θα γίνει σε διαφορετική πόρτα (443 αντί 80) και τα δεδομένα θα ανταλλάσσονται κρυπτογραφημένα. Το σύστημα αυτό σχεδιάστηκε αρχικά από την εταιρία Netscape Communications Corporation για να χρησιμοποιηθεί σε sites όπου απαιτείται αυθεντικοποίηση χρηστών και κρυπτογραφημένη επικοινωνία. Σήμερα χρησιμοποιείται ευρέως στο διαδίκτυο όπου χρειάζεται αυξημένη ασφάλεια διότι διακινούνται ευαίσθητες πληροφορίες (πχ αριθμοί πιστωτικών καρτών, passwords κοκ)³ <https://el.wikipedia.org/wiki/HTTPS> [Τελευταία ανάκτηση 25/5/2017]

1.7. Βασικές υπηρεσίες του διαδικτύου.



³ <https://el.wikipedia.org/wiki/HTTPS>

Εικόνα 3 Βασικές υπηρεσίες του διαδικτύου

1.8 Τι είναι ιστοσελίδα.

Ο Παγκόσμιος Ιστός είναι η πιο δημοφιλής υπηρεσία του διαδικτύου την οποία πολλοί άστοχα ταυτίζουν με το ίδιο το διαδίκτυο. Ο Παγκόσμιος ιστός αποτελείται από ιστοσελίδες δηλ., ένα είδος εγγράφου που περιλαμβάνει πληροφορίες με τη μορφή κειμένου, υπερκειμένου, εικόνας, βίντεο και ήχου. Πολλές ιστοσελίδες μαζί συνθέτουν ένα ιστότοπο (website). Οι σελίδες ενός ιστοτόπου εμφανίζονται κάτω από το ίδιο όνομα χώρου (domain name). Οι ιστοσελίδες αλληλοσυνδέονται και μπορεί ο χρήστης να μμεταβεί από την μία στην άλλη κάνοντας «κλικ» στους κατάλληλους υπερσυνδέσμους (hyperlinks) που υπάρχουν στο κείμενο ή στις φωτογραφίες της ιστοσελίδας. Οι σύνδεσμοι (όπως πιο απλά αναφέρονται) προς άλλες σελίδες εμφανίζονται συνήθως υπογραμμισμένοι και με μπλε χρώμα για να είναι γρήγορα και ξεκάθαρο στον επισκέπτη ότι πρόκειται για σύνδεσμο προς άλλη ιστοσελίδα, χωρίς όμως πάντα να αυτό είναι απαραίτητο. Η κατασκευή ιστοσελίδων είναι κάτι που μπορεί να γίνει πολύ εύκολα με προγράμματα που κυκλοφορούν ελεύθερα αλλά υπάρχουν και αυτοματοποιημένοι μηχανισμοί κατασκευής ιστοσελίδων που επιτρέπουν στους χρήστες να δημιουργούν εύκολα και γρήγορα προσωπικές ή και εμπορικές ιστοσελίδες.

Κεφάλαιο 2ο Ηλεκτρονικό εμπόριο

2.1 Είδη ηλεκτρονικού εμπορίου

2.1.1 Μη επιχειρησιακό Ηλεκτρονικό Εμπόριο (non-business EC)

Ένας ολοένα αυξανόμενος αριθμός ιδρυμάτων , όπως π.χ. ακαδημαϊκά ιδρύματα, μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί, θρησκευτικές και κοινωνικές οργανώσεις κλπ, κάνουν χρήση διαφόρων τύπων ηλεκτρονικού εμπορίου, με στόχο τη μείωση των δαπανών τους, τη βελτίωση των λειτουργιών και τη εξυπηρέτηση των πελατών τους.

2.1.2 Εσωτερικό εμπόριο (Intrabusiness EC)

Στόχος είναι η αποτελεσματικότερη λειτουργία των δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης, ώστε να μπορεί να προσφέρει καλύτερα προϊόντα και υπηρεσίες στους πελάτες της. Στην κατηγορία αυτή συμπεριλαμβάνονται όλες οι εσωτερικές δραστηριότητες μίας επιχείρησης, οι οποίες συνήθως διενεργούνται μέσα σε ενδοεταιρικά δίκτυα και αφορούν ανταλλαγή προϊόντων, υπηρεσιών και πληροφοριών.

2.1.3 Συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων (Business-to-Business - B2B)

Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει σε επιχειρήσεις να βελτιώσουν τη μεταξύ τους συνεργασία, απλοποιώντας τις διαδικασίες και το κόστος των προμηθειών, την ταχύτερη αποστολή των προμηθειών και τον αποτελεσματικότερο έλεγχο του επιπέδου αποθεμάτων. Επιπλέον, καθιστά ευκολότερη την αρχειοθέτηση των σχετικών εγγράφων και ποιοτικότερη την εξυπηρέτηση πελατών. Η δυνατότητα ηλεκτρονικής σύνδεσης με προμηθευτές και διανομείς, καθώς και η πραγματοποίηση ηλεκτρονικών πληρωμών βελτιώνουν ακόμη περισσότερο την αποτελεσματικότητα. Οι ηλεκτρονικές πληρωμές περιορίζουν το ανθρώπινο σφάλμα, αυξάνουν την ταχύτητα και μειώνουν το κόστος των συναλλαγών. Το ηλεκτρονικό εμπόριο προσφέρει τη δυνατότητα αυξημένης πληροφόρησης σχετικά με τα προσφερόμενα προϊόντα - είτε από τους προμηθευτές είτε από ενδιάμεσους οργανισμούς που προσφέρουν υπηρεσίες ηλεκτρονικού εμπορίου.

2.1.4 Λιανικές πωλήσεις Ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ επιχείρησης και καταναλωτών (Business-to-Consumer - B2C)

Πρόκειται για την πιο διαδεδομένη μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου. Σε αυτή την κατηγορία περιλαμβάνονται οι συναλλαγές λιανικής πώλησης με ανεξάρτητους, μεμονωμένους καταναλωτές. Ο καταναλωτής έχει πρόσβαση σε μια τεράστια ποικιλία προϊόντων σε δικτυακούς κόμβους- καταστήματα, βλέπει, επιλέγει, ανακαλύπτει προϊόντα, συγκρίνει τιμές και τέλος αγοράζει. Κι όλα αυτά χωρίς να βγει από το σπίτι του.

2.1.5 Συναλλαγές μεταξύ Καταναλωτών (Consumer-to-Consumer - C2C)

Σε αυτή την κατηγορία ο καταναλωτής πουλά απευθείας σε άλλους καταναλωτές. Παράδειγμα αποτελούν τα άτομα που κάνουν πωλήσεις μέσω καταχωρημένων αγγελιών, δικτυακοί τόποι δημοπρασιών, όπου ο οποιοσδήποτε μπορεί να πουλήσει οτιδήποτε. Τέλος, πολλά άτομα κάνουν χρήση intranets και άλλων ενδοεταιρικών δικτύων για να διαφημίσουν αντικείμενα, προϊόντα ή υπηρεσίες.

2.1.6 Ηλεκτρονικό εμπόριο καταναλωτή προς επιχείρηση (Consumer-to-business – C2B)

Αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει κυρίως άτομα που πωλούν προϊόντα ή υπηρεσίες σε οργανισμούς.

2.1.7 Business-to-Government (B2G)

Το Business-to-Government μοντέλο ορίζεται ως το ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ επιχειρήσεων και του δημόσιου τομέα. Προσομοιάζει αρκετά στο B2B μοντέλο με τον ένα συμβαλλόμενο να είναι το ίδιο το κράτος ή κάποια υπηρεσία του. Με άλλα λόγια, αναφέρεται στη χρήση του διαδικτύου για τις δημόσιες συμβάσεις, τις διαδικασίες αδειοδότησης και γενικά σε οποιαδήποτε συναλλαγή με το κράτος. Το συγκεκριμένο είδος εμπορίου έχει το ακόλουθο χαρακτηριστικό: Αν και ο δημόσιος τομέας είναι ο πελάτης του συστήματος είναι αυτός που στην πραγματικότητα θέτει τους όρους ενώ οι επιχειρήσεις εμφανίζονται ως προμηθευτές του καταθέτοντας προσφορές. Η χρήση του B2G μοντέλου είναι δυνατό να αυξήσει τη διαφάνεια στον τρόπο σύναψης των διαφόρων συμβάσεων μειώνοντας τον κίνδυνο παρατυπιών ή και παρανόμων πράξεων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί ένα σύστημα προμηθειών υλικών των νοσοκομείων ή το πρόγραμμα κατακύρωσης συμβάσεων δημοσίων έργων. Παρά τη σπουδαιότητά του και την δυνατότητά του να προσφέρει

εξοικονόμηση πόρων και διαφάνεια στο κράτος, το μέγεθος του B2G ηλεκτρονικού εμπορίου μέχρι σήμερα είναι μάλλον ασήμαντο.

2.1.8 Mobile-commerce (m-Commerce)

Το m-Commerce αποτελεί εξέλιξη του ηλεκτρονικού εμπορίου με προφανή διαφορά την πρόσβαση μέσω φορητών συσκευών πολλαπλής χρήσης όπως τα PDA, κινητά τηλέφωνα και χρησιμοποιώντας ασύρματη τεχνολογία.

Δημιουργία και σχεδίαση ηλεκτρονικού καταστήματος περισσότερα είδη ηλεκτρονικού εμπορίου στο άμεσο μέλλον, επί του παρόντος ήδη εξυπηρετούνται εφαρμογές που αφορούν σε: ο Χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες, οι οποίες περιλαμβάνουν mobile banking αφού οι χρήστες αποκτούν πρόσβαση στους λογαριασμούς τους για να πληρώσουν τις αγορές τους, καθώς και χρηματιστηριακές υπηρεσίες αφού μπορούν να γίνουν χρηματιστηριακές συναλλαγές μέσω των κινητών συσκευών.

Πληρωμή λογαριασμών ο Υπηρεσίες πληροφοριών, για διασκέδαση-ψυχαγωγία, ειδησεογραφικά δελτία, δελτία καιρού μέσω της ίδιας συσκευής Τεχνολογίες Ηλεκτρονικού εμπορίου: Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων (EDI - Electronic Data Interchange).

Η EDI δημιουργήθηκε στις αρχές της δεκαετίας του '70 και είναι μια κοινή δομή αρχείων που σχεδιάστηκε ώστε να επιτρέψει σε μεγάλους οργανισμούς να μεταδίδουν πληροφορίες μέσα από μεγάλα ιδιωτικά δίκτυα. Πρόκειται για την ηλεκτρονική ανταλλαγή εμπορικών και διοικητικών δεδομένων από υπολογιστή σε υπολογιστή, με την ελάχιστη παρέμβαση χειρόγραφων διαδικασιών. Τα δεδομένα αυτά είναι οργανωμένα σε αυτοτελή μηνύματα (τιμολόγια, παραγγελίες, τιμοκατάλογοι, φορτωτικές κλπ.), το περιεχόμενο και η δομή των οποίων καθορίζονται από κάποιο κοινώς αποδεκτό πρότυπο. Το πρότυπο αυτό είναι το EDIFACT (EDI For Administration, Commerce and Transportation) και προέρχεται από τον Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών.

2.1.9 Επίπεδο Ασφαλών Συνδέσεων (SSL - Secure Sockets Layer)

Το πρωτόκολλο αυτό σχεδιάστηκε προκειμένου να πραγματοποιεί ασφαλή σύνδεση με τον εξυπηρετητή (server). Το SSL χρησιμοποιεί "κλειδί" δημόσιας κρυπτογράφησης, με σκοπό να προστατεύει τα δεδομένα καθώς "ταξιδεύουν" στο

Internet. Η ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων (Electronic Data Interchange (EDI)) είναι μια ηλεκτρονική μέθοδος επικοινωνίας που παρέχει τα κατάλληλα πρότυπα για την ανταλλαγή δεδομένων μέσω ηλεκτρονικών μέσων. Δύο διαφορετικές εταιρείες ή οργανισμοί, έχουν τη δυνατότητα να ανταλλάσσουν ηλεκτρονικά έγγραφα (π.χ. εντολές αγοράς, τιμολόγια, ανακοινώσεις κ.α.). Η τεχνολογία EDI υπάρχει εδώ και περισσότερο από 30 χρόνια, και υπάρχουν πολλά και διάφορα πρότυπα EDI μερικά από τα οποία καλύπτουν τις ανάγκες συγκεκριμένων κλάδων. Το 1996 το Εθνικό Ινστιτούτο Προτύπων και Τεχνολογίας ορίζει την ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων ως "η ανταλλαγή από υπολογιστή σε υπολογιστή μηνυμάτων, τα οποία αντιπροσωπεύουν έγγραφα.

Η τεχνολογία EDI είναι μια σειρά μηνυμάτων μεταξύ των δύο μερών, οι οποίοι μπορεί να αναφέρονται είτε ως εντολές είτε ως παραλήπτες. Η μορφοποίηση των δεδομένων που αντιπροσωπεύουν τα έγγραφα μπορούν να μεταδοθούν από τον εντολέα προς τον παραλήπτη μέσω τηλεπικοινωνιών σε ηλεκτρονικά μέσα αποθήκευσης. Για παράδειγμα, η μετάδοση των δυαδικών ή Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι κάθε είδος εμπορικής συναλλαγής μεταξύ προσώπων (φυσικών και μη) που πραγματοποιείται με ηλεκτρονικά μέσα. Είναι η διάθεση και αγοραπωλησία προϊόντων ηλεκτρονικά, η διεκπεραίωση εμπορικών λειτουργιών και συναλλαγών μέσω δικτύων ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Χρησιμοποιείται ως μηχανισμός που έχει στόχο τη καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών μεταξύ προμηθευτών και πελατών. Δίνει τη δυνατότητα παροχής πληροφοριών, προϊόντων, υπηρεσιών και πληρωμών μέσα από δίκτυα ηλεκτρονικών υπολογιστών και αγοραπωλησίας προϊόντων και υπηρεσιών μέσω του Internet ανεξάρτητα από τη γεωγραφική απόσταση.

2.1.10 Ασφαλείς Ηλεκτρονικές Συναλλαγές (SET - Secure Electronic Transactions)

Το SET κωδικοποιεί τους αριθμούς της πιστωτικής κάρτας που αποθηκεύονται στον εξυπηρετητή του εμπόρου. Το πρότυπο αυτό, που δημιουργήθηκε από τη Visa και τη MasterCard, απολαμβάνει μεγάλης αποδοχής από την τραπεζική κοινότητα. Γραμμωτός κώδικας (Barcode) Η τεχνολογία του γραμμωτού κώδικα αποτελεί τμήμα του γενικότερου τομέα των τεχνολογιών αυτόματης αναγνώρισης (Auto ID Technologies). Είναι ένα σύγχρονο εργαλείο, το οποίο βοηθά καταλυτικά στην ομαλή διακίνηση και διαχείριση (logistics) προϊόντων και υπηρεσιών.

2.1.11 Έξυπνες κάρτες (Smart Cards)

Οι "έξυπνες κάρτες" μπορούν να αποθηκεύσουν μεγάλη ποσότητα δεδομένων και παρέχουν δυνατότητες κρυπτογράφησης και χειρισμού ηλεκτρονικών υπογραφών για την ασφάλεια των περιεχομένων τους. Σήμερα επικρατεί η λανθασμένη εντύπωση ότι οι Smart Cards είναι τραπεζικές ή πιστωτικές κάρτες, με αποτέλεσμα να μην αναγνωρίζεται το μεγάλο εύρος των δυνατοτήτων τους. Η τεχνολογία των έξυπνων καρτών προσφέρει απεριόριστες δυνατότητες χρήσης στη βιομηχανία, το εμπόριο και τη δημόσια διοίκηση.

2.1.12 Πιστοποίηση και ασφάλεια

Για την ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών χρησιμοποιούνται ευρέως τα firewalls. Ένα firewall επιτρέπει στους εσωτερικούς χρήστες να έχουν πλήρη πρόσβαση στις παρεχόμενες υπηρεσίες, ενώ οι εξωτερικοί χρήστες πρέπει να πιστοποιηθούν. Υπάρχουν πολλοί τύποι firewalls, καθένας από τους οποίους παρέχει διαφορετικά επίπεδα προστασίας. Ο συνηθέστερος τρόπος χρησιμοποίησης ενός firewall είναι η τοποθέτηση ενός υπολογιστή ή δρομολογητή μεταξύ συγκεκριμένου δικτύου και του Internet, και η παρακολούθηση όλης της κυκλοφορίας μεταξύ του εξωτερικού και του τοπικού δικτύου. Η εμπιστευτική πληροφορία που διακινείται στο δίκτυο μπορεί να προστατευθεί με κρυπτογράφηση και χρήση μυστικών κωδικών. Η ασφάλεια του ηλεκτρονικού εμπορίου βασίζεται κατεξοχήν στην κρυπτογράφηση, δηλαδή στην κωδικοποίηση του μεταδιδόμενου κειμένου κατά τέτοιο τρόπο ώστε να μπορεί να αποκρυπτογραφηθεί μόνο με τη χρήση του ειδικού κλειδιού αποκρυπτογράφησης. Η κρυπτογράφηση συνοδεύεται πολλές φορές και από την ψηφιακή υπογραφή του αποστολέα, έτσι ώστε ο παραλήπτης να μπορεί να βεβαιωθεί για την ταυτότητα του πρώτου.

2.2 Βασικά οφέλη του ηλεκτρονικού εμπορίου για τον καταναλωτή

- Δίνει την δυνατότητα στον καταναλωτή να διενεργεί αγορές και άλλες συναλλαγές 24 ώρες το 24ωρο από όπου και αν βρίσκετε.
- Επιτρέπει την συμμετοχή σε ηλεκτρονικές δημοπρασίες
- Επαφή με ηλεκτρονικές κοινότητες καταναλωτών με σκοπό την ανταλλαγή ιδεών και εμπειριών.
- Η αγορά είναι παγκόσμια. Πράγμα που σημαίνει ότι μπορούμε να αγοράσουμε κάτι το οποίο δεν κυκλοφορεί στην Ελλάδα.
- Η συναλλαγή είναι γρήγορη και άμεση χωρίς κούραση και σπατάλη χρόνου

- Το κόστος των προϊόντων που πωλούνται μέσω internet είναι χαμηλότερο από τις τιμές στο εμπόριο, αφού ένα ηλεκτρονικό κατάστημα απαιτεί πολύ λιγότερο προσωπικό και είναι απαλλαγμένο από μεγάλο μέρος του λειτουργικού κόστους ενός πραγματικού καταστήματος.

- Διευκολύνει τον ανταγωνισμό με αποτέλεσμα την περαιτέρω μείωση των τιμών. 1.3

2.3 Βασικά οφέλη του ηλεκτρονικού εμπορίου για την εταιρία

- Εξάπλωση της αγοράς σε εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο με ελάχιστο λειτουργικό κόστος

- Η εταιρεία που χρησιμοποιεί τις νέες τεχνολογίες και ενημερώνεται για τις τρέχουσες εξελίξεις γίνεται εξ ορισμού πιο ανταγωνιστική.

- Διατήρηση χαμηλών αποθεμάτων και βιομηχανικών εξόδων με την εισαγωγή της διοίκησης εφοδιαστικής αλυσίδας pull (Just In Time).

- Μείωση του χρόνου τοποθέτησης ενός προϊόντος στην αγορά και του χρόνου δέσμευσης κεφαλαίων.

- Βελτίωση της δημόσιας εικόνας μιας επιχείρησης.

- Βελτίωση του επιπέδου εξυπηρέτησης των πελατών.

- Μείωση των μεταφορικών δαπανών.

Μερικά γενικά μειονεκτήματα

- Δεν υπάρχει ασφάλεια όσον αφορά το περιεχόμενο κάποιων πληροφοριών και

- ελλιπής προστασία προσωπικών δεδομένων .

- Έλλειψη εμπιστοσύνης ανάμεσα στον έμπορο και τον καταναλωτή αφού δεν υπάρχει φυσική επαφή.

- Δεν υπάρχει φυσική επαφή ούτε στον πελάτη με το προϊόν άρα δεν μπορεί να γνωρίζει τι θα πραγματικά θα αγοράσει.⁴

2.4 Η Διαφορά μεταξύ e-Commerce και e-Business

Και στις δύο περιπτώσεις ο όρος «e» εκφράζει τα ηλεκτρονικά δίκτυα και περιγράφει τις τεχνολογίες διαδικτύου όπως η Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων (electronic data interchange (EDI)) για την βελτίωση και αλλαγή των διαδικασιών

⁴ Πτυχιακή Εργασία των φοιτητριών Σαλώμη Καμπουρογιάννη και Ελένη Ναούμη με θέμα: «Δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος με χρήση του Συστήματος Διαχείρισης Περιεχομένου (CMS) Drupal T .E. I Δυτικής Ελλάδας, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων.

σε μια επιχείρηση. Ο όρος «ηλεκτρονικό επιχειρείν» συμπεριλαμβάνει όλες τις οικονομικές λειτουργίες και δράσεις που υποστηρίζονται με τη χρήση ηλεκτρονικών μέσων. Επιπρόσθετα περιλαμβάνει τις εσωτερικές διαδικασίες όπως την παραγωγή, την ανάπτυξη και τον σχεδιασμό προϊόντων, διαχείριση κινδύνων, τα χρηματοοικονομικά της εταιρείας αλλά και τη διαχείριση του ανθρωπίνου δυναμικού.

Αντιθέτως ο όρος ηλεκτρονικό «εμπόριο» αποτελεί μέρος του παραπάνω συνόλου σε ένα πιο ευρύ αγοραστικό κοινό με σκοπό να συμβάλει στην επικοινωνία αγοραστών και επιχειρήσεων. Επίσης περιλαμβάνει τις διαδικασίες που επηρεάζουν θετικά τους πελάτες, τους προμηθευτές και τους εξωτερικούς συνεργάτες, περιλαμβάνοντας το marketing, την παραγγελιοληψία και τις υπηρεσίες. Ταυτόχρονα περιλαμβάνει τα επιχειρηματικά μοντέλα και τα υποθετικά κέρδη ή ζημίες.

2.5 Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα μπορεί να προσφέρει σε μια επιχείρηση

- Ευρεία γεωγραφική κάλυψη: οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να απευθυνθούν σε πελάτες που βρίσκονται παντού, χωρίς τη σύσταση τοπικού υποκαταστήματος.
- Ελαχιστοποίηση της προμηθευτικής αλυσίδας: ο προμηθευτής μπορεί να απευθυνθεί απευθείας στον πελάτη, χωρίς την ανάμειξη «ενδιάμεσων».
- Μείωση λειτουργικού κόστους: η μείωση του λειτουργικού κόστους οφείλεται στο γεγονός ότι οι επιχειρήσεις μπορούν να εξυπηρετήσουν τους πελάτες με ελάχιστο κόστος. Επίσης, όσο αυξάνεται ο αριθμός των πελατών ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, τόσο μειώνεται το συνολικό κόστος εξυπηρέτησής τους.
- Συνεχής λειτουργία: το διαδίκτυο είναι ίσως τα μοναδικό κανάλι εξυπηρέτησης πελατών που επιτρέπει την πραγματοποίηση αγορών οποιαδήποτε στιγμή το 24ωρο.
- Εργαλείο μάρκετινγκ: οι επιχειρήσεις μπορούν να εκμεταλλευτούν τις δυνατότητες του διαδικτύου για προσφορές, διαχείριση και ενημέρωση πελατών, στατιστικά στοιχεία πρόσβασης και πωλήσεων.
- Άμεση ενημέρωση των πελατών για καινούρια προϊόντα

- Βελτίωση της επικοινωνίας με τους πελάτες
- Βέλτιστη διαχείριση των προϊόντων και των παραγγελιών

Τα κυριότερα στοιχεία που θα πρέπει να περιλαμβάνονται στην ιστοσελίδα που θα δημιουργήσουμε είναι τα εξής:

- Επωνυμία (λογότυπο επιχείρησης)
- Γεωγραφική διεύθυνση στην οποία είναι εγκατεστημένη η επιχείρηση
- Στοιχεία που να επιτρέπουν την ταχεία επαφή και την άμεση και ουσιαστική επικοινωνία με την επιχείρηση (φόρμα επικοινωνίας , τηλέφωνο)
- Την τελική τιμή του προϊόντος, συμπεριλαμβανομένων των φόρων, εξόδων αποστολής κλπ.
- Ένδειξη για προϊόν σε προσφορά
- Προβολή των χαρακτηριστικών του προϊόντος
- Επιλογή μεθόδου πληρωμής
- Εύκολη αναζήτηση προϊόντων (κατηγορίες, ετικέτες)
- Προβολή φωτογραφιών του προϊόντος

Ο ιδιοκτήτης του ηλεκτρονικού καταστήματος μπορεί εύκολα να το επεξεργαστεί τα προϊόντα της ιστοσελίδας και τα χαρακτηριστικά τους αλλά και να παρακολουθεί ανά πάσα στιγμή τα στοιχεία των πωλήσεων και των επισκέψεων των πελατών (Statistics).

Αντικείμενο της εργασίας αυτής είναι η δημιουργία μιας online εφαρμογής ηλεκτρονικού καταστήματος (eshop). Η βασική λειτουργία της εφαρμογής θα είναι η προώθηση και πώληση παπουτσιών χρησιμοποιώντας όλες τις υπάρχουσες μεθόδους πληρωμής. Η εφαρμογή θα αποτελείται από το (frontend) κατάστημα και το (backend) Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου (CMS). Το σύστημα θα δίνει τη δυνατότητα προσθήκης/επεξεργασίας των προϊόντων και παραγγελιών καθώς και ελέγχου και παρακολούθησης των παραγγελιών και πληρωμών. Το σύστημα διαχείρισης περιεχομένου θα γίνει με την χρήση του Wordpress (προγραμματισμός

σε PHP, HTML και MySQL). Για την λειτουργία του ηλεκτρονικού καταστήματος θα παραμετροποιηθεί ειδικό wordpress plugin. Ο πελάτης θα μπορεί να περιηγηθεί και να βρει το προϊόν της επιθυμίας του μέσα από μια μεγάλη γκάμα προϊόντων και ένα φιλικό περιβάλλον. Όλα τα προϊόντα θα είναι ομαδοποιημένα ανάλογα με το είδος τους. Κάθε προϊόν θα παρουσιάζεται με μια σύντομη περιγραφή και θα υπάρχει η δυνατότητα από τον πελάτη αν το επιλέξει να διαβάσει αναλυτικότερα για τα τεχνικά του χαρακτηριστικά την τιμή αλλά και να δει εικόνες του προϊόντος. Στην περίπτωση που ο πελάτης ψάχνει για κάτι συγκεκριμένο μπορεί να χρησιμοποιήσει την φόρμα αναζήτησης που θα τον οδηγήσει κατευθείαν στην συγκεκριμένη επιλογή. Αφού επιλέξει αυτά που θέλει και τα συμπεριλάβει στο καλάθι των αγορών του στην συνέχεια για να ολοκληρώσει την παραγγελία απλά συμπληρώνει την φόρμα παραγγελίας αν είναι νέος πελάτης ή συνδέεται με το συνθηματικό και τον κωδικό του αν είναι μέλος.

Κεφάλαιο 3ο Συστήματα Διαχείρισης Περιεχομένου

Σε αυτή την ενότητα εξετάζουμε το θεωρητικό υπόβαθρο των υπαρχουσών τεχνολογιών που υπάρχουν σήμερα στα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου. Δίνουμε το ορισμό ενός συστήματος διαχείρισης περιεχομένου, παραθέτουμε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά της συγκεκριμένης τεχνολογίας, και αναφέρουμε συνοπτικά τα πιο γνωστά συστήματα διαχείρισης περιεχομένου στην αγορά. Εστιάζουμε κυρίως ανοικτού κώδικα συστήματα. Τέλος αναφέρουμε επίσης τα πιο ευρέως διαδεδομένα και χρησιμοποιημένα συστήματα διαχειρίσεις περιεχομένου, όπως για παράδειγμα είναι τα ηλεκτρονικά καλάθια.

3.1 Ορισμός Συστήματος Διαχείρισης Περιεχομένου

Ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου (content management system (CMS)) είναι μια εφαρμογή υπολογιστή που επιτρέπει τη

- ✓ δημοσίευση,
- ✓ την επεξεργασία και
- ✓ την τροποποίηση του περιεχομένου,
- ✓ την οργάνωση,
- ✓ τη διαγραφή, καθώς και
- ✓ τη συντήρηση από ένα κεντρικό περιβάλλον.

Τα εν λόγω συστήματα διαχείρισης περιεχομένου παρέχουν διαδικασίες για τη διαχείριση της ροής εργασιών σε ένα περιβάλλον συνεργασίας. Αυτές οι διαδικασίες μπορεί να είναι χειροκίνητες ή βασισμένες σε υπολογιστή και σχεδιάζονται με τρόπο ώστε:

- ✓ Να υπάρχει βελτίωση στην επικοινωνία μεταξύ των χρηστών
- ✓ Να υπάρχει αύξηση της συμμετοχής
- ✓ Να υπάρχει μεγαλύτερος διαμοιρασμός αποθηκευμένων δεδομένων
- ✓ Να γίνεται έλεγχος της πρόσβασης σε δεδομένα με βάση τους ρόλους των χρηστών. Οι ρόλοι των χρηστών ορίζουν ποιες πληροφορίες θα μπορεί να δει ή να τροποποιήσει κάθε χρήστης

- ✓ Να υπάρχει εύκολη αποθήκευση και Εύκολη ανάκτηση δεδομένων

Να υπάρχει μείωση στη συνεχή εισαγωγή ίδιων δεδομένων και

- ✓ Να βελτιώνουν την ευκολία της σύνταξης εκθέσεων

Σε ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου, τα δεδομένα μπορεί να είναι

- ✓ έγγραφα,
- ✓ ταινίες,
- ✓ εικόνες,
- ✓ αριθμοί τηλεφώνων,
- ✓ Επιστημονικά δεδομένα.

3.2 Πλεονεκτήματα & Μειονεκτήματα ενός CMS

Στην συνέχεια θα αναφέρουμε γενικά τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα ενός CMS. Ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένων υποστηρίζεται συνήθως από μια βάση δεδομένων που εκτελείται στην άλλη πλευρά του δικτυακού τόπου. Το σύστημα διαχείρισης περιεχομένων παίρνει όλες τις πληροφορίες από τη βάση δεδομένων και τις εμφανίζει σε ιστοσελίδες.

Όταν υπάρχει ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένων μπορείτε εύκολα να αλλάξετε μόνοι σας οποιαδήποτε πληροφορία εμφανίζεται στον δικτυακό τόπο.

3.2.1 Πλεονεκτήματα

Ένας από τους κύριους λόγους να δημιουργήσετε δικτυακούς τόπους με ένα CMS είναι ότι κάνει πιο εύκολη την εργασία των διαχειριστών. Οι Διαχειριστές δεν χρειάζεται να περιμένουν για να ενημερωθούν για διάφορα πράγματα στον δικτυακό τους τόπο. Οι ιστότοποι με σύστημα διαχείρισης περιεχομένου επιτρέπουν την αλλαγή του ονόματος, τη διεύθυνση και άλλες πληροφορίες άμεσα.

Δίνεται η δυνατότητα να προστεθούν ειδήσεις, περιεχόμενα σε ιστολόγια (blog), προϊόντα & τις πληροφορίες τους άμεσα, όταν και όποτε θέλετε.

Το πιο σημαντικό πλεονέκτημα των συστημάτων διαχείρισης περιεχομένου είναι ότι

είναι δωρεάν κάθε φορά που χρησιμοποιούμε αυτό το σύστημα. Το σύστημα διαχείρισης περιεχομένων μας επιτρέπει να διατηρούμε τον ιστότοπό μας υπό τον έλεγχό μας. Παρέχεται έλεγχος των λέξεων, εικόνων, σχεδίασης σελίδων συμπεριλαμβανομένης της πλοήγησης. Έτσι, μπορούμε να κάνουμε αλλαγές εύκολα οποιαδήποτε στιγμή. Οι δικτυακοί τόποι που έχουν δημιουργηθεί από ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου δεν απαιτούν κάποιον εξειδικευμένο υπάλληλο ή επαγγελματία για να ενημερωθούν

Υπάρχουν όμως κι άλλα πλεονεκτήματα τα οποία και παραθέτουμε

- ✓ Ύπαρξη συνέπειας της επωνυμίας και της πλοήγησης
- ✓ Επιτρέπει την εύκολη διαχείριση των εργασιών
- ✓ Παρέχει ευελιξία στους δημιουργούς
- ✓ Μπορούμε να διαχειριστούμε εύκολα το περιεχόμενό μας χωρίς τον φόβο ότι θα αλλάξει το σχέδιο μας
- ✓ Τα δεδομένα μας μπορούν να αλλαχθούν μόνο μια φορά μέσω του ιστότοπου μας
- ✓ Μπορούμε να δώσουμε διαφορετικά επίπεδα πρόσβασης σε διαφορετικούς χρήστες
- ✓ Τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου δίνουν τη δυνατότητα να εφαρμόσουν τον ιστότοπό μας αυτόματα σε ταμπλέτες, κινητά και όλων των ειδών φυλλομετρητών.
- ✓ Μπορούμε να έχουμε πρόσβαση για ανανέωση του ιστότοπού μας οπουδήποτε υπάρχει σύνδεση στο δίκτυο.
- ✓ Υπάρχει ασφάλεια
- ✓ Τέτοια είδους συστήματα παρέχουν δυνατότητα βελτιστοποίησης για να μπορούν οι χρήστες να δουν εύκολα τα δεδομένα μας μέσω των μηχανών αναζήτησης.

3.2.2 Μειονεκτήματα

Ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένων χρησιμοποιείται άσχημα από πολλούς ιδιοκτήτες επιχειρήσεων λόγω της έλλειψης τεχνικών γνώσεων. Μόνο οι Web σχεδιαστές γνωρίζουν πώς να καλύψουν τον κενό χώρο και να τοποθετήσουν περιεχόμενα, εικόνες κ.λπ., σε έναν δικτυακό τόπο. Μερικοί ιδιοκτήτες

επιχειρήσεων, χωρίς να ζητούν βοήθεια από Web σχεδιαστές, ενημερώνουν τις πληροφορίες μόνοι τους. Έτσι, αυτή η μη επαγγελματική ενέργεια μπορεί να μειώσει την ποιότητα ενός δικτυακού τόπου. Θα πρέπει να δίνεται προσοχή στο μέγεθος της γραμματοσειράς, το χρώμα και τη σχεδίαση των περιεχομένων όποτε αλλάζουν οι πληροφορίες στο δικτυακό τόπο. Διαφορετικά, οι επισκέπτες δεν θα ενδιαφερθούν να διαβάσουν τα περιεχόμενα. Επίσης, τα περιεχόμενα θα πρέπει να είναι καλά γραμμένα, με σκοπό να διαβασθούν και από τις μηχανές αναζήτησης. Έτσι, οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων λόγω έλλειψης γνώσεων βελτιστοποίησης δυσκολεύονται να δημιουργήσουν έναν επιτυχημένο δικτυακό τόπο. Τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου χρησιμοποιούνται για αποθήκευση, έλεγχο, αναθεώρηση, εμπλουτισμό τεκμηρίωση.

Όταν δημιουργείται ένας νέος ιστότοπος ή να ενημερωθεί ένας παλιός, τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένων διευκολύνουν στη διαχείριση των περιεχομένων και την εμφάνιση τους. Τα συστήματα αυτά θεωρούνται ως η βάση ή το πλαίσιο ενός ιστότοπου, εξυπηρετώντας ως η κύρια αρχιτεκτονική που συγκεντρώνει

- ✓ το κείμενο,
- ✓ τις εικόνες,
- ✓ την διαδρομή URL,
- ✓ τις συνδέσεις.

μιας ιστοσελίδας με έναν τρόπο που να επιτρέπει στους διαχειριστές του συστήματος να διαχειρίζονται τον δικτυακό τόπο χωρίς να χρησιμοποιούν γλώσσες προγραμματισμού. Αυτό που είναι πραγματικά ωραίο στα συστήματα διαχείρισης περιεχομένων είναι ότι μπορούν να δημιουργηθούν κατά τρόπο φιλικό προς τις μηχανές αναζήτησης και να επιτρέπουν την εύκολη δημοσίευση πληροφοριών

Ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένων υποστηρίζεται συνήθως από μια βάση δεδομένων που εκτελείται στην άλλη πλευρά του δικτυακού τόπου. Το σύστημα διαχείρισης περιεχομένων παίρνει όλες τις πληροφορίες από τη βάση δεδομένων και τις εμφανίζει σε ιστοσελίδες. Όταν υπάρχει ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένων μπορείτε εύκολα να αλλάξετε μόνοι σας οποιαδήποτε πληροφορία

εμφανίζεται στον δικτυακό τόπο.⁵

Ένας από τους κύριους λόγους να δημιουργήσετε δικτυακούς τόπους με ένα CMS είναι ότι κάνει πιο εύκολη την εργασία των διαχειριστών. Οι Διαχειριστές δεν χρειάζεται να περιμένουν για να ενημερωθούν για διάφορα πράγματα στον δικτυακό τους τόπο. Οι ιστότοποι με σύστημα διαχείρισης περιεχομένου επιτρέπουν την αλλαγή του ονόματος, τη διεύθυνση και άλλες πληροφορίες άμεσα. Δίνεται η δυνατότητα να προστεθούν ειδήσεις, περιεχόμενα σε ιστολόγια (blog), προϊόντα & τις πληροφορίες τους άμεσα, όταν και όποτε θέλετε.

Το πιο σημαντικό πλεονέκτημα των συστημάτων διαχείρισης περιεχομένου είναι ότι είναι δωρεάν κάθε φορά που χρησιμοποιούμε αυτό το σύστημα.

- ✓ Το σύστημα διαχείρισης περιεχομένων μας επιτρέπει να διατηρούμε τον ιστότοπό μας υπό τον έλεγχό μας.
- ✓ Παρέχεται έλεγχος των λέξεων, εικόνων, σχεδίασης σελίδων συμπεριλαμβανομένης της πλοήγησης.
- ✓ Έτσι, μπορούμε να κάνουμε αλλαγές εύκολα οποιαδήποτε στιγμή. Οι δικτυακοί τόποι που έχουν δημιουργηθεί από ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου δεν απαιτούν κάποιον εξειδικευμένο υπάλληλο ή επαγγελματία για να ενημερωθούν.
- ✓ Υπάρχουν όμως κι άλλα πλεονεκτήματα τα οποία και παραθέτουμε
- ✓ Έπαρξη συνέπειας της επωνυμίας και της πλοήγησης
- ✓ Επιτρέπει την εύκολη διαχείριση των εργασιών
- ✓ Παρέχει ευελιξία στους δημιουργούς.
- ✓ Μπορούμε να διαχειριστούμε εύκολα το περιεχόμενό μας χωρίς τον φόβο ότι θα αλλάξει το σχέδιο μας.
- ✓ Τα δεδομένα μας μπορούν να αλλαχθούν μόνο μια φορά μέσω του ιστότοπού μας. Μπορούμε να δώσουμε διαφορετικά επίπεδα πρόσβασης σε διαφορετικούς χρήστες.
- ✓ Τα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου δίνουν τη δυνατότητα να

⁵ Πτυχιακή εργασία του φοιτητή Σαρρή Ηλία με θέμα: «Ανάπτυξη Αθλητικού Ιστότοπου για το Νομό Λακωνίας με χρήση WordPress CMS. Διασύνδεση με Κοινωνικό Δίκτυο. ΤΕΙ Πελοποννήσου, τμήμα Τεχνολογικών Εφαρμογών, Σπάρτη 2014

εφαρμόσουν τον ιστότοπό μας αυτόματα σε ταμπλέτες, κινητά και όλων των ειδών φυλλομετρητών.

- ✓ Μπορούμε να έχουμε πρόσβαση για ανανέωση του ιστότοπού μας οπουδήποτε υπάρχει σύνδεση στο δίκτυο. Υπάρχει ασφάλεια. Τέτοια είδους συστήματα παρέχουν δυνατότητα βελτιστοποίησης για να μπορούν οι χρήστες να δουν εύκολα τα δεδομένα μας μέσω των μηχανών αναζήτησης

Ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένων χρησιμοποιείται άσχημα από πολλούς ιδιοκτήτες επιχειρήσεων λόγω της έλλειψης τεχνικών γνώσεων. Μόνο οι Web σχεδιαστές γνωρίζουν πώς να καλύψουν τον κενό χώρο και να τοποθετήσουν περιεχόμενα, εικόνες κ.λπ., σε έναν δικτυακό τόπο. Μερικοί ιδιοκτήτες επιχειρήσεων, χωρίς να ζητούν βοήθεια από Web σχεδιαστές, ενημερώνουν τις πληροφορίες μόνοι τους. Έτσι, αυτή η μη επαγγελματική ενέργεια μπορεί να μειώσει την ποιότητα ενός δικτυακού τόπου. Θα πρέπει να δίνεται προσοχή στο μέγεθος της γραμματοσειράς, το χρώμα και τη σχεδίαση των περιεχομένων όποτε αλλάζουν οι πληροφορίες στο δικτυακό τόπο. Διαφορετικά, οι επισκέπτες δεν θα ενδιαφερθούν να διαβάσουν τα περιεχόμενα. Επίσης, τα περιεχόμενα θα πρέπει να είναι καλά γραμμένα, με σκοπό να διαβασθούν και από τις μηχανές αναζήτησης. Έτσι, οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων λόγω έλλειψης γνώσεων βελτιστοποίησης δυσκολεύονται να δημιουργήσουν έναν επιτυχημένο δικτυακό τόπο.

3.3 Λογισμικά CMS Ανοικτού Κώδικα

Σε αυτή την ενότητα παραθέτουμε διάφορα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου ανοικτού κώδικα. Κάποια εκ των οποίων είναι το Joomla, το Drupal και το WordPress.

3.3.1 Joomla



Το Joomla είναι ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου το οποίο διατίθεται δωρεάν και είναι ανοιχτού κώδικα,

για δημοσίευση περιεχομένου στο διαδίκτυο. Είναι χτισμένο σε ένα model-View- Controller και η εφαρμογή που μπορεί να χρησιμοποιηθεί ανεξάρτητα από το CMS. Το Joomla είναι γραμμένο σε PHP, χρησιμοποιεί τεχνικές αντικειμενοστραφούς προγραμματισμού (OOP). Περιλαμβάνει χαρακτηριστικά όπως caching, RSS, εκτυπώσιμες εκδόσεις των σελίδων, ειδήσεις, blogs, δημοσκοπήσεις και αναζήτηση περιεχομένου.

3.3.2 Drupal

Το Drupal είναι ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου το οποίο διατίθεται δωρεάν και είναι ανοικτού κώδικα, γραμμένο σε PHP και διανέμεται υπό τουλάχιστον από την GNU General Public License. Χρησιμοποιείται σε όλο τον το 2,1% του συνόλου των ιστοσελίδων. κόσμο και κυμαίνονται από προσωπικά blogs, εταιρίες, πολιτικές και κυβερνητικές ιστοσελίδες, τράνα παραδείγματα των οποίων είναι το Whitehouse.gov και το data.gov.uk



Εικόνα 5 Drupal

Η τυποποιημένη έκδοση του Drupal, περιέχει τις βασικές λειτουργίες που είναι κοινές στα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου. Αυτά περιλαμβάνουν την εγγραφή χρήστη και τη συντήρηση, τη διαχείριση του μενού, τροφοδοσίες RSS, ταξινόμηση, σελιδοποίηση παραμετροποίηση και διαχείριση του συστήματος. Η βασική εγκατάσταση του Drupal μπορεί να χρησιμεύσει ως μια απλή ιστοσελίδα, ένα blog ενός ή πολλαπλών χρηστών, ένα φόρουμ στο Διαδίκτυο κα.

3.3.3 WordPress

Το WordPress ξεκίνησε το 2003 με ένα μόνο κομμάτι κώδικα για να ενισχύσει την τυπογραφία της καθημερινής γραφής. Από



Εικόνα 6 WordPress

τότε έχει μεγαλώσει και είναι ένα απο τα μεγαλύτερα blogging εργαλεία στον κόσμο, που χρησιμοποιείται σε εκατομμύρια ιστοσελίδες και θεωρείται από δεκάδες εκατομμύρια ανθρώπους κάθε μέρα. Από τα έγγραφα μέχρι την τεκμηρίωση

του κώδικα αλλά και τον ίδιο τον κώδικα, δημιουργήθηκαν από την κοινότητα που επεξεργάζεται τον κώδικα. Το WordPress είναι ένα έργο ανοικτού κώδικα, το οποίο σημαίνει ότι υπάρχουν εκατοντάδες ανθρώπων σε όλο τον κόσμο που εργάζονται πάνω σε αυτό. Αυτό σημαίνει ότι είμαστε ελεύθεροι να το χρησιμοποιήσουμε ανά πάσα ώρα και στιγμή χωρίς κόστος που είναι και ένα από τα μεγάλα προσόντα του.

3.3.4 WooCommerce

Το Woocommerce αναπτύχθηκε από την Wordpress wo themes από δύο προγραμματιστές τον Mike Jolley και τον Jay Koster. Είναι ένα open source e-commerce plugin για την Wordpress. Ξεκίνησε στις 27 Σεπτεμβρίου 2011 και έγινε πολύ γρήγορα γνωστό για την απλότητα του για την εγκατάσταση και παραμετροποίηση και είναι ελεύθερο στην φύση.



Το Woocommerce έχει υιοθετηθεί και χρησιμοποιείται από περισσότερους από 380.000 online εμπόρους λιανικής πώλησης. Για την δεύτερη εβδομάδα του Μαρτίου 2015 αναφέρθηκε ότι έτρεξε σε 24% των e-commerce sites στο διαδίκτυο με συνολικές λήψεις να φθάνουν 6.700.000.

Η λειτουργικότητα του WordPress είναι πολύ μεγάλη λόγω των πρόσθετων που υπάρχουν ελεύθερα στο διαδίκτυο. Επίσης, οποιοσδήποτε προγραμματιστής μπορεί ελεύθερα να τροποποιήσει τον κώδικα όπως επιθυμεί χωρίς κόστος. Το WordPress είναι πλήρως συμμορφωμένο με τα πρότυπα του W3C. Ο W3C είναι ένας διεθνής οργανισμός ανάπτυξης κανόνων και προτύπων για θέματα που αφορούν την δημιουργία ιστοσελίδων.

3.3.4.1 Χαρακτηριστικά του WordPress

Το WordPress δίνει την δυνατότητα στους επισκέπτες μιας ιστοσελίδας να αφήνουν σχόλια σε ξεχωριστές αναρτήσεις. Ο διαχειριστής έχει την επιλογή να ενεργοποιήσει

ή να απενεργοποιήσει τη δυνατότητα αυτή. Επίσης περιέχει εργαλεία όπως μια ενσωματωμένη «μαύρη λίστα» και έναν μηχανισμό ελέγχου και διαχείρισης σχολίων spam, καθώς και μια πλειονότητα από plugins που επιτρέπουν αυτή τη δυνατότητα. Οι σελίδες επιτρέπουν στον χρήστη ή στον διαχειριστή να χειριστεί το περιεχόμενο εύκολα. Οποιοσδήποτε τυχόν αλλαγές συμβούν κατά την αλλαγή θεμάτων (templates) ή εισαγωγή δεδομένων, μπορούν να γίνουν εύκολα χωρίς την ‘ανοικοδόμηση’ των στατικών σελίδων. Τα θέματα στο Wordpress Οι ποικιλία θεμάτων μπορούν να βοηθήσουν στη σχεδίαση ενός απλού ιστολογίου αλλά και σε μια δυναμικής ιστοσελίδας. Ταυτόχρονα έχει ενσωματωμένο σύστημα εγγραφής που επιτρέπει στους χρήστες να εγγράφονται στην ιστοσελίδα και να διατηρούν τα προφίλ τους.

Ο διαχειριστής έχει την δυνατότητα να βάλει κωδικό σε διάφορες αναρτήσεις ώστε να μην είναι ορατές στο κοινό. Δίνεται επίσης η δυνατότητα ιδιωτικών αναρτήσεων οι οποίες μπορούν μόνο να είναι ορατές στο συγγραφέα τους.

- ✓ Έξυπνη μορφοποίηση κειμένου
- ✓ Πολλαπλοί συγγραφείς
- ✓ Εύκολη εγκατάσταση και αναβάθμιση
- ✓ Διεπιφάνεια XML

3.3.4.2 Πρόσθετα (plugins)

Τα πρόσθετα είναι εργαλεία τα οποία επεκτείνουν τη λειτουργικότητα του Wordpress Ο πυρήνας του Wordpress είναι σχεδιασμένος ώστε να ενισχύει την ευελιξία και να ελαχιστοποιεί την άσκοπη χρησιμοποίηση κώδικα. Τα πρόσθετα προσφέρουν επιπλέον λειτουργίες και χαρακτηριστικά ώστε ο προγραμματιστής να μπορεί να τροποποιεί την ιστοσελίδα σύμφωνα με τις ανάγκες του. Ο χρήστης μπορεί να κάνει μια αναζήτηση με κατάλληλες λέξεις-κλειδιά και να εμφανίσει τα αποτελέσματα σύμφωνα με διάφορα φίλτρα, όπως σύμφωνα με τη δημοτικότητα ενός προσθέτου, το πόσο ψηλά έχει βαθμολογηθεί.

3.3.4.3 Θέματα (themes)

Ουσιαστικά, ένα θέμα στο Wordpress είναι η όψη του ιστότοπου. Τα θέματα μας παρέχουν έλεγχο σχετικά με την όψη και την παρουσίαση του υλικού της ιστοσελίδας

μας. Ένα θέμα είναι μια συλλογή από αρχεία τα οποία συνεργάζονται ώστε να παράγουν μια γραφική επιφάνεια με ένα ενοποιημένο σχεδιασμό. Τα αρχεία αυτά ονομάζονται template files. Ένα θέμα αλλάζει τον τρόπο με τον οποίο προβάλλεται μια ιστοσελίδα χωρίς να αλλάξει όμως το λογισμικό που υπάρχει από κάτω. Τα θέματα μπορεί να περιλαμβάνουν αρχεία εικόνας (jpeg, gif), css αρχεία και απαραίτητα αρχεία κώδικα. Τα θέματα είναι διαθέσιμα για ανάκτηση στην επίσημη σελίδα του Wordpress.

3.3.4.4 Widgets

Τα widgets μπορούν να περιγραφούν ως εφαρμογές οι οποίες αποτελούνται από μια ή δυο γραμμές κώδικα. Τα widgets στο Wordpress προσθέτουν ένα συγκεκριμένο περιεχόμενο συνήθως στην ιστοσελίδα μας. Αρχικά σχεδιάστηκαν ώστε να παρέχουν στο διαχειριστή ένα απλό τρόπο ελέγχου δομής και σχεδιασμού ενός θέματος. Δεν απαιτείται να έχουμε ειδικές γνώσεις κώδικα. Μπορούν να προστεθούν, να αφαιρεθούν και να επανατοποθετηθούν από τον Πίνακα Ελέγχου. Μερικά widgets προσφέρουν δυνατότητες προσαρμογής και επιλογές, όπως η συμπλήρωση μιας φόρμας, ενδείξεις για τον καιρό, μετάφραση και άλλα.

3.3.4.5 Ρόλοι χρηστών

Το Wordpress χρησιμοποιεί την έννοια των ρόλων. Έτσι δίνεται η δυνατότητα στον διαχειριστή της ιστοσελίδας να ελέγχει και να υποδεικνύει τι μπορούν οι χρήστες να κάνουν και τι όχι. Ο ιδιοκτήτης μπορεί να επιτρέψει την πρόσβαση σε λειτουργίες όπως η διόρθωση αναρτήσεων η συγγραφή και η δημιουργία σελίδων, τον ορισμό συνδέσμων, την διαχείριση των προσθέτων και των θεμάτων.

Το Wordpress έχει πέντε προκαθορισμένους ρόλους:

- ✓ Ο Ανώτατος διαχειριστής (Super Admin) Ο Ανώτατος διαχειριστής έχει πρόσβαση στο δίκτυο της ιστοσελίδας καθώς και σε όλες τις δραστηριότητες
- ✓ τον Διαχειριστή (Administrator) Ο Απλός διαχειριστής έχει πρόσβαση σε όλες τις δραστηριότητες.
- ✓ τον Συντάκτη (Editor) Ο Συντάκτης έχει την δυνατότητα ί να εκδόσει και να διαχειριστεί αναρτήσεις και σελίδες καθώς και σελίδες άλλων χρηστών.

- ✓ τον Συγγραφέα (Author) Ο Συγγραφέας μπορεί να δημοσιεύσει και να διαχειριστεί μόνο τις δικές του αναρτήσεις.
- ✓ τον Συνεργάτη (Contributor) Ο Συνεργάτης έχει την δυνατότητα να γράψει και να διαχειριστεί τις αναρτήσεις του αλλά όχι να τις δημοσιεύσει.
- ✓ Τον Συνδρομητή (Subscriber)

3.3.4.6 Πλεονεκτήματα του Wordpress

Παρακάτω παραθέτουμε διάφορους λόγους του γιατί οι ιστοσελίδες, δημιουργημένες με το σύστημα διαχείρισης περιεχομένου ανοχτού κώδικα Wordpress, πλεονεκτούν σε σχέση με τους υπόλοιπους παραδοσιακούς ιστοτόπους.

Εξοικονόμηση χρημάτων

Ο διαχειριστής μπορεί να φτιάξει τη σελίδα, μπορεί να την τροποποιεί σύμφωνα με τις επιθυμίες του, εύκολα και χωρίς την παρέμβαση κάποιου ειδικού. Έτσι υπάρχει εξοικονόμηση χρημάτων αφού το ποσό που θα πληρώναμε σε κάποιον προγραμματιστή, μπορούμε να τα δώσουμε σε ένα καλό πρόσθετο.

Υψηλότερη προσβασιμότητα

Αλλαγές και προσθήκη περιεχομένου στη σελίδα μπορεί να γίνει από οπουδήποτε υπάρχει πρόσβαση στο internet.

Φιλικό στην κοινωνική δικτύωση

Μπορεί κανείς να ανακοινώσει τις αναρτήσεις του μέσω των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης, όπως facebook, twitter, κ.α.,

Πολυμέσα

Δίνεται η δυνατότητα να προσαρμόσουμε ήχο και βίντεο στις αναρτήσεις μας.

Μηχανές αναζήτησης

Μπορούμε να προσαρμόσουμε κάθε σελίδα ή ανάρτηση ώστε να δώσουμε περισσότερες πιθανότητες η ιστοσελίδα μας να είναι πιο ψηλά στις αναζητήσεις των χρηστών.

Προσέλκυση των μηχανών

Όσο αναρτούμε περισσότερο περιεχόμενο στον ιστότοπό μας, προσελκύουμε τα “Google robots” και άλλες μηχανές αναζήτησης. Τα εικονικά αυτά robot θα ψάχνουν όλη την ιστοσελίδα μας, αναζητώντας νέο περιεχόμενο και νέες σελίδες, τις οποίες μπορούν να ενσωματώσουν στον κατάλογο των αποτελεσμάτων.

Δυνατότητα επέκτασης

Δε χρειάζεται να ενημερώσει κανείς την πλοήγηση καθώς προσθέτει νέες σελίδες. Οι σύνδεσμοί τους θα προστεθούν αυτόματα βασισμένοι σε ποια κατηγορία αντιστοιχίζονται οι αναρτήσεις και οι σελίδες.

Γρήγορη εκμάθηση

Το WordPress είναι πού εύκολο στη χρήση αλλά και στην εκμάθηση του. Μπορεί να χαρακτηριστεί ότι είναι τόσο εύκολο όσο το να μάθει κάποιος να χρησιμοποιεί το Microsoft Word. Παρόλα αυτά όμως στο διαδίκτυο μπορεί να βρεί κανείς πολλά συγγράμματα εκμάθησης αλλά και οδηγούς για να ξεκινήσει κάποιος την κατασκευή της ιστοσελίδας του.

Βελτιωμένη ασφάλεια

Ένα από τα επιχειρήματα εναντίον του Wordpress ή οποιουδήποτε άλλου blog λογισμικού που χρησιμοποιούν πρόσθετα, είναι ότι χάκερς μπορούν να εισβάλουν στην ιστοσελίδα. Στην πραγματικότητα, το αντίθετο ισχύει: Αν γίνει σωστά η εγκατάστασή του, η ιστοσελίδα είναι ασφαλής από χάκερ περισσότερο από ένα κοινό website. Αυτό συμβαίνει γιατί η διαδικασία της εγκατάστασης είναι σύνθετη και έχει παραμέτρους οι οποίες καθορίζουν την ασφάλεια της σελίδας σε διάφορα επίπεδα.⁶

Ενθαρρύνει τους επισκέπτες

Τα “RSS feeds”) στέλνουν αυτόματα ειδοποιήσεις μέσω mail ότι ανέβηκαν νέες αναρτήσεις. Αυτές οι ανακοινώσεις ωθούν τους παλιούς επισκέπτες να επανέλθουν

⁶ Πτυχιακή Εργασία της φοιτήτριας Παρασκευής Κυριακούλη με θέμα: «Κατασκευή onlinemagazine με την χρήση CMS πακέτου concrete5» ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Σεπτέμβριος 2016.

στην ιστοσελίδα και να διαβάσουν πχ. τη συνέχεια ενός άρθρου.

Αμφίδρομη επικοινωνία με τους επισκέπτες

Μέσω της χρήσης των σχολίων, δεν υπάρχει πλέον ο περιορισμός της μονόδρομης επικοινωνίας με τους επισκέπτες, όπως θα ήταν σε ένα παραδοσιακό website. Φυσικά, υπάρχει πάντα η δυνατότητα της φόρμας «Επικοινωνήστε μαζί μας», αλλά τα σχόλια επιτρέπουν αμφίδρομη συζήτηση μεταξύ του συγγραφέα και του αναγνώστη

Αυτόματη σύνδεση RSS

Οι αναρτήσεις των blog αυτόματα μετατρέπονται σε RSS ενημερώσεις και συνδέονται με άλλα blogs.

Δωρεάν είσοδος στο Yahoo

Όταν υποβάλλει κανείς τις ενημερώσεις RSS χειροκίνητα στο “Yahoo!” δε χρειάζεται να πληρώνει το ποσό των \$299, καθώς η ιστοσελίδα κατηγοριοποιείται δωρεάν στη μηχανή αναζήτησης. Επίσης, προσθέτοντας ενημερώσεις RSS στο MSN ή στο Bing, είναι ο γρηγορότερος τρόπος να κατηγοριοποιηθεί η ιστοσελίδα.

Απόλυτος έλεγχος των συζητήσεων

Στους κοινούς ιστότοπους, ο παραδοσιακός τρόπος επικοινωνίας με τους επισκέπτες ήταν η επιλογή ενός forum. Το πρόβλημα με αυτό είναι ότι πρέπει να προστατεύονται οι αναρτήσεις από spammers και να διαγράφονται τυχόν συζητήσεις και ανεπιθύμητοι λογαριασμοί οι οποίοι απειλούσαν την ακεραιότητα της ιστοσελίδας. Με τα Wordpress ιστολόγια, αυτό άλλαξε. Ο διαχειριστής (ή ανάλογος ρόλος που έχει το αντίστοιχο δικαίωμα) ξεκινάει τη συζήτηση. Οι επισκέπτες σχολιάζουν, αλλά τα σχόλιά τους πρέπει πρώτα να εγκριθούν πριν κανείς τα δει ανεβασμένα στην ιστοσελίδα. Αυτός είναι ο καλύτερος και ασφαλέστερος τρόπος έναρξης επικοινωνίας, χωρίς να υπάρχει το άγχος της δυσφήμισης της ιστοσελίδας από ανεπίτρεπτα σχόλια.

3.4 Ποιος ο λόγος επιλογής τύπου ιστοσελίδας

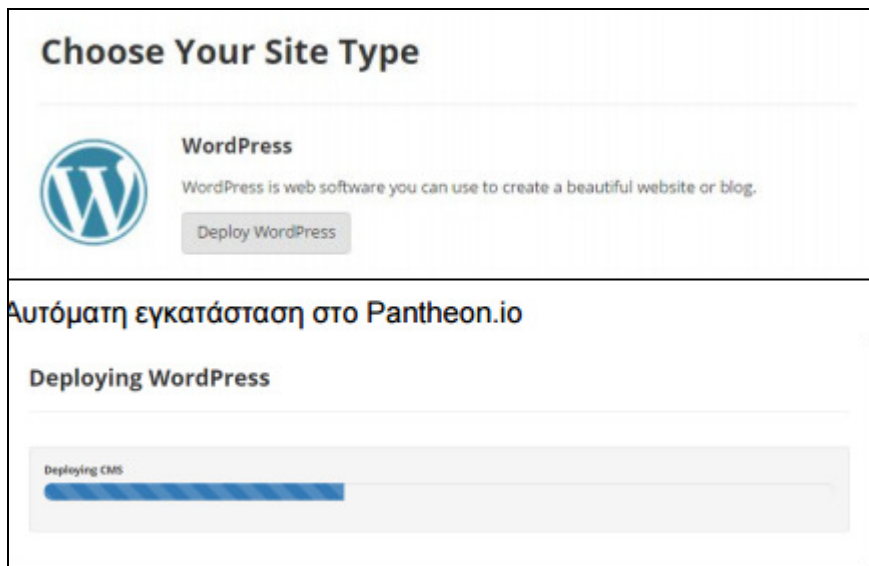
Εμείς στην προκειμένη περίπτωση η τεχνολογία που θα χρησιμοποιήσουμε για το eshop είναι δυναμική ιστοσελίδα διότι το CMS που θα χρησιμοποιήσουμε βοηθάει

στην πρόσθεση και αφαίρεση περιεχομένου στο ηλεκτρονικό κατάστημα , σε γρήγορα χρονικά διαστήματα. Επίσης ο λόγος που το επιλέγουμε είναι ότι θέλουμε το περιεχόμενό του να είναι κατηγοριοποιημένο και τέλος θα υπάρχει συχνή αλλαγή του περιεχομένου eshop και αυτό θα γίνεται χωρίς κόστος. Πλέον το Woocommerce κινεί πάνω από 663.000 ιστοσελίδες, αγγίζοντας το εκπληκτικό ποσοστό του 24% των ηλεκτρονικών καταστημάτων παγκοσμίως. Μερικά από τα κύρια χαρακτηριστικά είναι ότι συνδέεται με το PayPal για πληρωμές, καθώς επίσης επιλογές για τον τρόπο αποστολής, οι οποίες με κάποια πρόσθετα μπορούν να παρέχουν παρακολούθηση του δέματος. Μπορεί κανείς πολύ εύκολα να παρακολουθεί το στοκ των προϊόντων του, τις πωλήσεις και τις αξιολογήσεις που γίνονται. Τέλος μπορούν να γίνονται προσφορές με κουπόνια, παρακολούθησή τους και εύκολη ρύθμιση των φόρων προστιθέμενης αξίας με διαμόρφωση κλάσεων και τοπικών φόρων.⁷
<http://www.woothemes.com/woocommerce/> [Τελευταία ανάκτηση 25/4/2017]

⁷ <http://www.woothemes.com/woocommerce/>

Κεφάλαιο 4ο Δημιουργία ηλεκτρονικού καταστήματος με τη χρήση του WooCommerce

4.1 Εγκατάσταση Wordpress στο Pantheon.io



Εικόνα 7: Επιλογή του Wordpress

Επιλέγουμε τα παρακάτω:

- ✓ Τίτλος ιστότοπου: e-shoes
- ✓ Όνομα χρήση: προεπιλεγμένο admin
- ✓ Συνθηματικό
- ✓ Ηλεκτρονική διεύθυνση
- ✓ Κάνουμε κλικ στο κουμπί εγκατάσταση του Wordpress

Καλώς ήρθατε

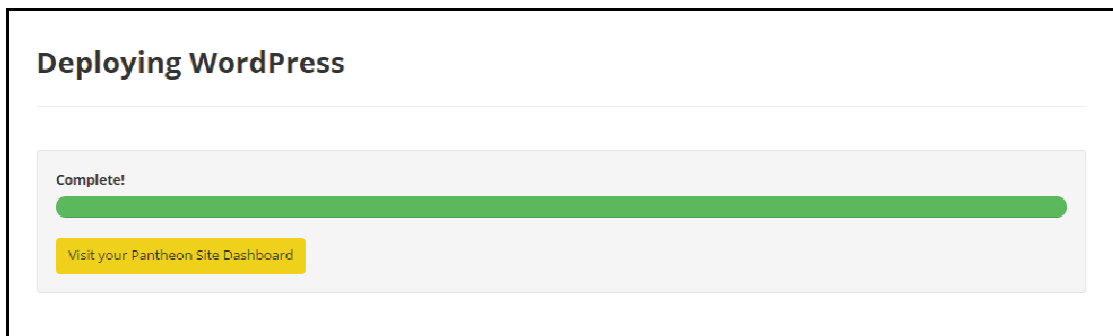
Καλώς ήρθατε στη διάσημη 5-λεπτη διαδικασία εγκατάστασης του WordPress! Αρκεί να συμπληρώσετε τις πληροφορίες παρακάτω και είστε στο δρόμο να χρησιμοποιήσετε την πιο επεκτάσιμη και πανίσχυρη προσωπική πλατφόρμα δημοσιεύσεων στον κόσμο.

Απαραίτητα στοιχεία

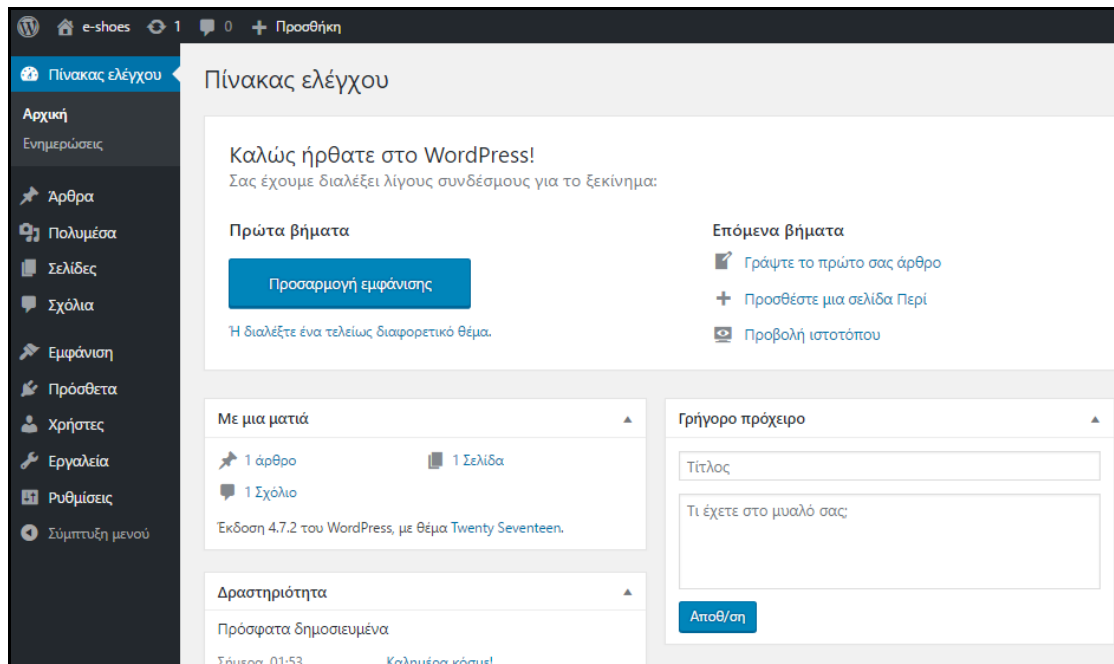
Παρακαλώ, συμπληρώστε τα παρακάτω στοιχεία. Μην ανησυχείτε μπορείτε πάντα να τα αλλάξετε κάποια άλλη στιγμή.

Τίτλος ιστότοπου	<input type="text" value="e-shoes"/>
Όνομα χρήστη	<input type="text" value="admin"/> <small>Τα ονόματα χρηστών μπορούν να έχουν μόνο αριθμούς, γράμματα, κενά, κάτω παύλες, ενωτικά, τελείες και το χαρακτήρα @.</small>
Συνθηματικό	<input type="password" value="....."/> <input type="button" value="Προβολή"/> Πολύ αδύναμο <small>Προσοχή: Χρειάζεστε το συνθηματικό για σύνδεση. Παρακαλούμε αποθηκεύστε το σε μια ασφαλή τοποθεσία.</small>
Επικύρωση συνθηματικού	<input checked="" type="checkbox"/> Επιβεβαίωση χρήσης αδύναμου συνθηματικού
Η ηλ. διεύθυνσή σας	<input type="text" value="zalokosta@hotmail.com"/> <small>Ελέγξτε προσεκτικά την ηλ. διεύθυνση πριν συνεχίσετε.</small>
Ορατότητα μηχανής αναζήτησης	<input type="checkbox"/> Να απαγορεύεται σε μηχανές αναζήτησης η ευρετηριοποίηση του ιστότοπου <small>Η τήρηση του όρου αυτού εξαρτάται από την εκάστοτε μηχανή αναζήτησης.</small>

Μετά από λίγο εμφανίζεται το μήνυμα ολοκλήρωσης της εγκατάστασης του Wordpress:



Παρακάτω βλέπουμε τον πίνακα ελέγχου του νέου μας ιστότοπου Wordpress:



Εικόνα 8: Πίνακας ελέγχου

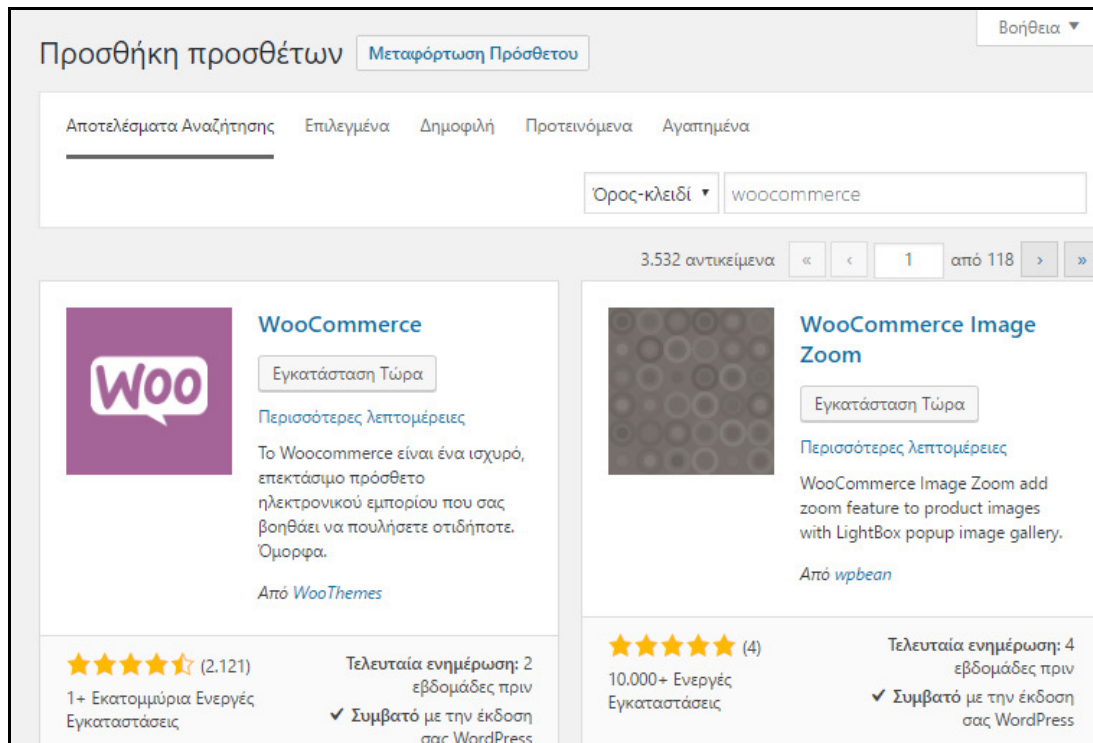
Το Wordpress είναι ένα ευέλικτο CMS το οποίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη δημιουργία οποιουδήποτε είδους ιστοτόπου. Σε αυτό βοηθά και ο μηχανισμός των πρόσθετων ο οποίος προσθέτει λειτουργικότητα ανάλογα με το είδος του ιστότοπου που θέλουμε να δημιουργήσουμε.

Επιλέγουμε Πρόσθετα\Νέο Πρόσθετο

Πληκτρολογούμε το woocommerce στο πλαίσιο κειμένου Όρος-Κλειδί και πατάμε το Enter

Βρίσκουμε το σωστό πρόσθετο (woocommerce)

Κάνουμε κλικ στο κουμπί Εγκατάσταση τώρα



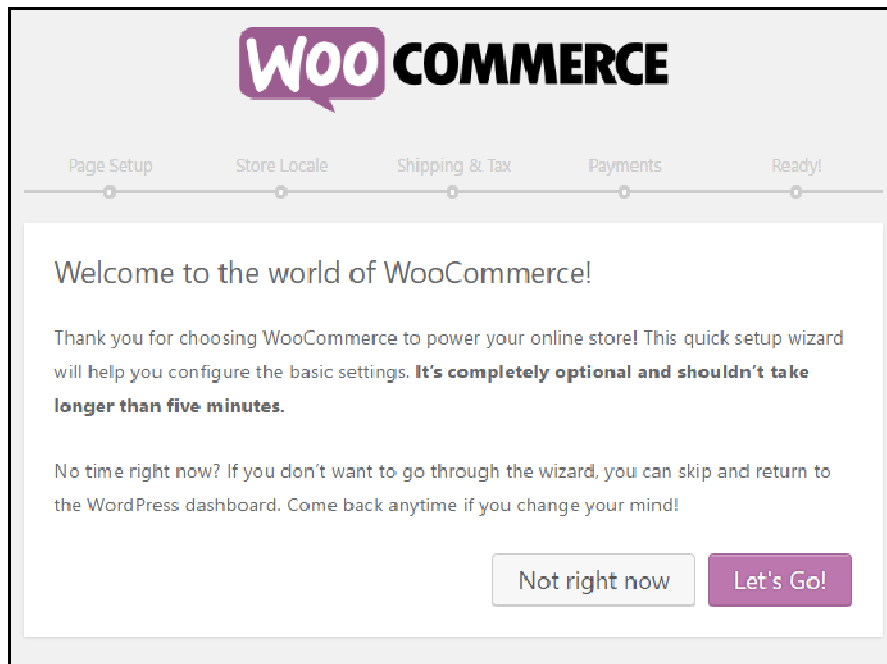
Εικόνα 9:Εγκατάσταση πρόσθετου Woocommerce

Μετά την εγκατάσταση του πρόσθετου WooCommerce κάνουμε κλικ στο κουμπί Ενεργοποίηση για να εκκινήσουμε τη λειτουργία του



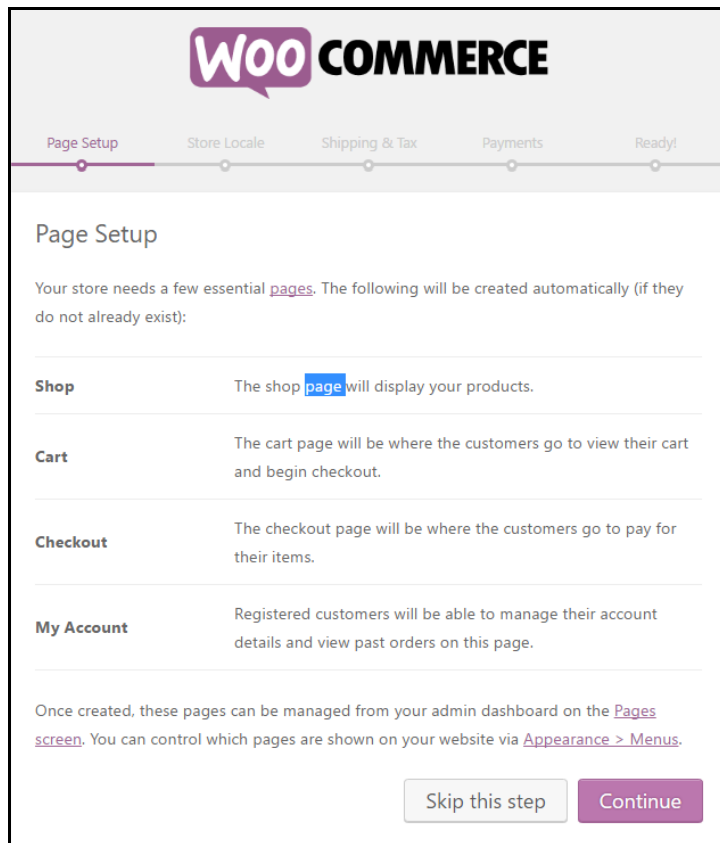
Εικόνα 10: κουμπί Ενεργοποίησης

Στην επόμενη οθόνη επιλέγουμε να χρησιμοποιήσουμε τον οδηγό παραμετροποίησης του WooCommerce κάνοντας κλικ στο κουμπί Let's Go!



Στην επόμενη οθόνη κάνουμε κλικ στο κουμπί Continue για να δημιουργηθούν οι βασικές σελίδες του ηλεκτρονικού καταστήματος:

- Shop: εμφάνιση προϊόντων καταστήματος
- Cart: καλάθι καταστήματος
- Checkout: δημιουργία παραγγελίας
- My Account: λογαριασμός χρήστη



Εικόνα 11: Βασικές σελίδες του ηλεκτρονικού καταστήματος

Στην επόμενη οθόνη επιλέγουμε τις τοπικές ρυθμίσεις όπως:

- Χώρα έδρας καταστήματος: Ελλάδα (Greece - Δυτική Ελλάδα)
- Νόμισμα: Euro
- Θέση συμβόλου νομίσματος: αριστερά (Left)
- Διαχωριστής χιλιάδων: .
- Υποδιαστολή: ,
- Μονάδα μέτρησης βάρους προϊόντων: Κιλά (kg)
- Μονάδα μέτρησης μεγέθους προϊόντων: εκατοστά (cm)

Woo **COMMERCE**

Page Setup Store Locale Shipping & Tax Payments Ready!

Store Locale Setup

Where is your store based?

Which currency will your store use?
If your currency is not listed you can [add it later](#).

Currency Position

Thousand Separator

Decimal Separator

Number of Decimals

Which unit should be used for product weights?

Which unit should be used for product dimensions?

Εικόνα 12: Τοπικές ρυθμίσεις

Στην επόμενη οθόνη επιλέγουμε ρυθμίσεις αποστολής και φόρου. Το κατάστημα:

- Θα αποστέλλει φυσικά προϊόντα στους πελάτες
- Θα χρεώνει φόρο στα προϊόντα
- Η εμφανιζόμενη τιμή των προϊόντων θα περιλαμβάνει τον φόρο

Woo **COMMERCE**

Page Setup Store Locale **Shipping & Tax** Payments Ready!

Shipping & Tax Setup

If you will be charging sales tax, or shipping physical goods to customers, you can enable these below. This is optional and can be changed later.

Will you be shipping products? Yes, I will be shipping physical goods to customers

Will you be charging sales tax? Yes, I will be charging sales tax

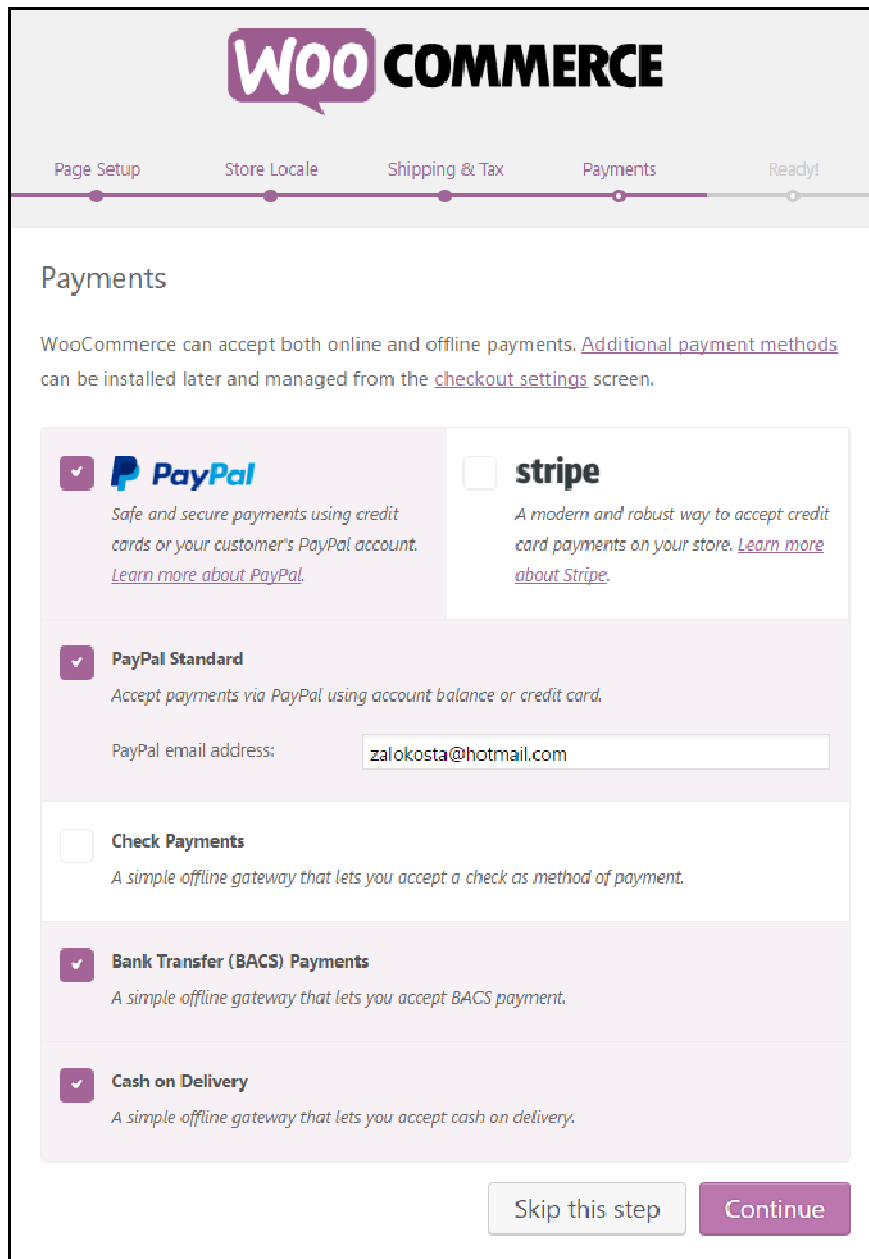
How will you enter product prices? I will enter prices inclusive of tax
 I will enter prices exclusive of tax

[Skip this step](#) [Continue](#)

Εικόνα 13: Ρυθμίσεις αποστολής και φόρου

Στην επόμενη οθόνη επιλέγουμε ως μεθόδους πληρωμής τους παρακάτω:

- PayPal
- Τραπεζική κατάθεση (Bank Transfer)
- Αντικαταβολή (Cash on Delivery)

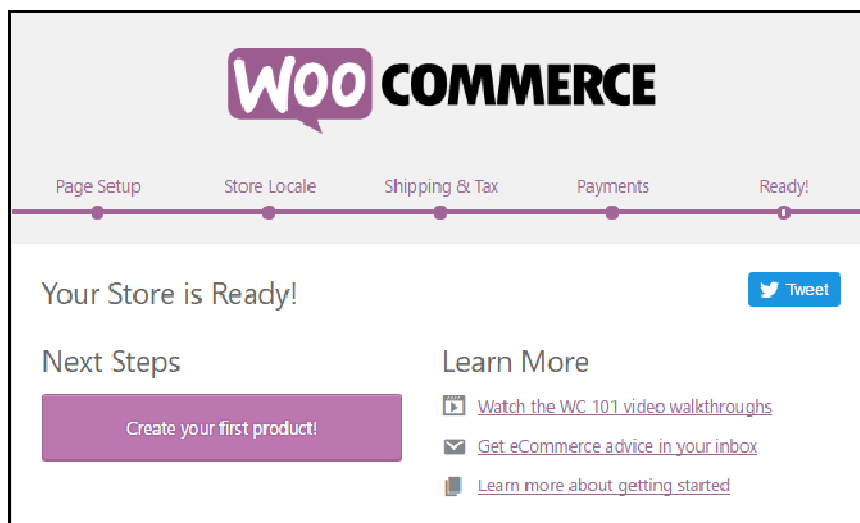


Εικόνα 14: Μέθοδοι πληρωμής

Κάνουμε κλικ στο κουμπί Continue και εμφανίζεται η οθόνη που μας πληροφορεί για την επιτυχή παραμετροποίηση του ηλεκτρονικού μας καταστήματος.

Αυτή τη στιγμή δεν επιθυμούμε να εισάγουμε προϊόντα οπότε κάνουμε κλικ στο σύνδεσμο Return to the Wordpress Dashboard για να επιστρέψουμε στη Διαχείριση του ιστότοπου.

4.2 Παραμετροποίηση του WooCommerce



Εικόνα 15: Επιτυχής παραμετροποίηση

Η ρύθμιση της λειτουργίας του WooCommerce γίνεται μέσα από το μενού WooCommerce\Ρυθμίσεις.

Οι ρυθμίσεις είναι χωρισμένες σε κατηγορίες

Γενικά

Εδώ περιέχονται ρυθμίσεις για την τοποθεσία πώλησης και αποστολής και για το νόμισμα που χρησιμοποιείται στις συναλλαγές.

- Τοποθεσία βάσης: Η τοποθεσία της επιχείρησης βάση του οποίου υπολογίζονται οι φόροι. Εδώ επιλέγουμε ως έδρα της επιχείρησης την Ελλάδα - Δυτική Ελλάδα.
- Τοποθεσίες πώλησης: Οι χώρες στις οποίες θα πωλούνται τα προϊόντα. Επιλέγουμε να πωλούμε σε συγκεκριμένες χώρες.
- Πώληση σε Συγκεκριμένες Χώρες: Εδώ με βάση την προηγούμενη ρύθμιση πώλησης σε συγκεκριμένες χώρες επιλέγουμε να πωλούμε μόνο στην Ελλάδα και στην Κύπρο.
- Τοποθεσία(ες) Αποστολής. Εδώ επιλέγουμε να κάνουμε αποστολές μόνο στις χώρες στις οποίες πουλάμε.
- Προκαθορισμένη Τοποθεσία Πελάτη: Εδώ θέλουμε ως προκαθορισμένη χώρα του πελάτη την Ελλάδα (Διεύθυνση βάσης καταστήματος).

- Ενεργοποίηση Φόρων: Ενεργοποιούμε τους φόρους έτσι ώστε να υπολογίζονται στην τιμή του προϊόντος.
- Νόμισμα: Ευρώ
- Θέση Νομίσματος: Δεξιά
- Διαχωριστικό Χιλιάδων
- Αριθμός Δεκαδικών

[Βοήθεια ▼](#)

Γενικά
Προϊόντα
Φόρος
Αποστολή
Ταμείο
Λογαριασμοί
Emails
API

Γενικές Επιλογές

Τοποθεσία Βάσης ? Ελλάδα Δυτική Ελλάδα ▼

Τοποθεσία(ες) Πώλησης ? Πώληση σε Συγκεκριμένες Χώρες ▼

Πώληση σε Συγκεκριμένες Χώρες

* Cyprus * Ελλάδα

Επιλογή όλων Καμία επιλογή

Τοποθεσία(ες) Αποστολής ? Αποστολή σε όλες τις χώρες στις οποίες πουλάτε ▼

Προκαθορισμένη Τοποθεσία Πελάτη ? Διεύθυνση βάσης καταστήματος ▼

Ενεργοποίηση Φόρων Ενεργοποιήστε τους φόρους και τους υπολογισμούς φόρου

Ειδοποίηση Καταστήματος Ενεργοποιήστε το καθολικό κείμενο ειδοποίησης καταστήματος

Επιλογές Νομίσματος

Οι ακόλουθες επιλογές επηρεάζουν πως εμφανίζονται οι τιμές στον ιστότοπο.

Νόμισμα ? Euro (€) ▼

Θέση Νομίσματος ? Δεξιά (99,99€) ▼

Διαχωριστικό Χιλιάδων ? .

Διαχωριστικό Δεκαδικών ? ,

Αριθμός Δεκαδικών ? 2

Αποθήκευση αλλαγών

Εικόνα 16: Ρυθμίσεις για την τοποθεσία πώλησης και αποστολής και για το νόμισμα που χρησιμοποιείται στις συναλλαγές.

Μετά τις αλλαγές κάνουμε κλικ στο κουμπί Αποθήκευση.

Προϊόντα

Η καρτέλα προϊόντα έχει αρκετές υποκαρτέλες:

Γενικά

Επιλογές για τις μετρήσεις των προϊόντων και για τις αξιολογήσεις προϊόντων από τους χρήστες.

Μονάδα Βάρους προϊόντων

Μονάδα Διαστάσεων προϊόντων

Βαθμολογίες Προϊόντων: Εδώ μπορούμε να ενεργοποιήσουμε ή να απενεργοποιήσουμε τις αξιολογήσεις από τους χρήστες και να ρυθμίσουμε τον τρόπο υποβολής μίας αξιολόγησης, δηλαδή αν είναι απαραίτητη η βαθμολογία του προϊόντος κατά την αξιολόγηση, αν θα εμφανίζεται η ετικέτα “Επιβεβαιωμένος Ιδιοκτήτης” στην αξιολόγηση και αν επιτρέπονται αξιολογήσεις μόνο από “επιβεβαιωμένους ιδιοκτήτες”.

Βοήθεια ▾

Γενικά | Εμφάνιση | Αποθήκη | Μεταφορτώσιμα Προϊόντα

Μετρήσεις

Μονάδα Βάρους

Μονάδα Διαστάσεων

Αξιολογήσεις

Βαθμολογίες Προϊόντων

- Ενεργοποιήστε τις βαθμολογίες στις αξιολογήσεις
- Οι βαθμολογίες απαιτούνται για να αφήσετε μία αξιολόγηση
- Εμφάνιση της ετικέτας "επιβεβαιωμένος ιδιοκτήτης" για τις αξιολογήσεις πελατών
- Να επιτρέπονται αξιολογήσεις μόνο από "επιβεβαιωμένους ιδιοκτήτες"

Αποθήκευση αλλαγών

Μετά τις αλλαγές κάνουμε κλικ στο κουμπί Αποθήκευση.

Εμφάνιση

Σελίδες Καταστήματος & Προϊόντων

Σελίδα Καταστήματος

- ✓ Εμφάνιση Σελίδας Καταστήματος
- ✓ Εμφάνιση Προκαθορισμένης Κατηγορίας
- ✓ Προκαθορισμένη Ταξινόμηση Προϊόντων
- ✓ Αποτέλεσμα προσθήκης στο καλάθι

Εικόνες Προϊόντος

- ✓ Εικόνες Καταλόγου
- ✓ Μονή Εικόνα Προϊόντος
- ✓ Μικρογραφίες Προϊόντος
- ✓ Συλλογή Εικόνων Προϊόντος

[Βοήθεια](#)

Γενικά
Προϊόντα
Φόρος
Αποστολή
Ταμείο
Λογαριασμοί
Emails
API

Γενικά | [Εμφάνιση](#) | [Αποθήκη](#) | [Μεταφορτώσιμα Προϊόντα](#)

Σελίδες Καταστήματος & Προϊόντων

Σελίδα Καταστήματος Shop ✕

Η σελίδα βάσης μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί στους [μόνιμους συνδέσμους των προϊόντων](#) σας.

Εμφάνιση Σελίδας Καταστήματος Εμφάνιση προϊόντων

Εμφάνιση Προκαθορισμένης Κατηγορίας Εμφάνιση προϊόντων

Προκαθορισμένη Ταξινόμηση Προϊόντων Προκαθορισμένη ταξινόμηση (προσαρμοσμένη ...

Αποτέλεσμα προσθήκης στο καλάθι

Ανακατεύθυνση στη σελίδα του καλαθιού μετά την επιτυχημένη προσθήκη

Ενεργοποίηση των AJAX κουμπιών προσθήκης στο καλάθι στα αρχεία

Εικόνες Προϊόντος

Αυτές οι ρυθμίσεις επηρεάζουν την εμφάνιση και τις διαστάσεις των εικόνων στον κατάλόγό σας – η εμφάνιση στον ιστότοπο θα συνεχίσει να επηρεάζεται από τα στυλ CSS. Μετά την αλλαγή αυτών των ρυθμίσεων μπορεί να χρειαστεί να [δημιουργήσετε ξανά τις μικρογραφίες σας](#).

Εικόνες Καταλόγου 300 × 300 px Περικοπή;

Μονή Εικόνα Προϊόντος 600 × 600 px Περικοπή;

Μικρογραφίες Προϊόντος 180 × 180 px Περικοπή;

Συλλογή Εικόνων Προϊόντος Ενεργοποίηση του Lightbox για τις εικόνες του προϊόντος

Συμπεριλάβετε το lightbox του WooCommerce. Οι εικόνες της συλλογής εικόνων του προϊόντος θα ανοίξουν σε ένα lightbox.

Αποθήκευση αλλαγών

Εικόνα 17: Σελίδες Καταστήματος & Προϊόντων

Regenerate Thumbnails WordPress plugin <https://wordpress.org/plugins/regenerate-thumbnails/>

Αποθήκευση

- Αποθήκη

- ✓ Διαχείριση Αποθέματος
- ✓ Διατήρηση Αποθέματος (λεπτά)
- ✓ Ειδοποιήσεις
- ✓ Παραλήπτης(ες) Ειδοποίησης
- ✓ Όριο Χαμηλού Αποθέματος
- ✓ Όριο Εξάντλησης Αποθέματος
- ✓ Ορατότητα Εξάντλησης Αποθέματος
- ✓ Μορφή Εμφάνισης Αποθέματος: Επιλέγουμε να εμφανίζεται το απόθεμα μόνο όταν είναι χαμηλό.

Μεταφορτώσιμα Προϊόντα

Αυτή η υποκαρτέλα ασχολείται με μεταφορτώσιμα ψηφιακά προϊόντα και ως εκ τούτου δεν θα ασχοληθούμε με αυτές τις ρυθμίσεις.

Φόρος

- ✓ Επιλογές Φόρου
- ✓ Οι Τιμές Εισάγονται Με Φόρο: Επιλέγουμε να εισάγονται οι τιμές ενιαίες μαζί με το φόρο
- ✓ Υπολογισμός Φόρου: Επιλέγουμε να υπολογίζεται ο φόρος με βάση τη Διεύθυνση αποστολής πελάτη
- ✓ Κατηγορία Φόρου Αποστολής: Επιλέγουμε ο φόρος αποστολής να υπολογίζεται κάθε φορά με βάση τα προϊόντα καλαθιού
- ✓ Εμφάνιση Τιμών στο Κατάστημα: Οι τιμές θα εμφανίζονται με ενσωματωμένο τον φόρο
- ✓ Εμφάνιση Τιμών Κατά την Παραμονή στο Καλάθι και το Ταμείο: Οι τιμές θα εμφανίζονται με ενσωματωμένο τον φόρο
- ✓ Επίθεμα Εμφάνισης Τιμής: Εδώ επιλέγουμε να εμφανίζεται η φράση “με ΦΠΑ” μετά την τιμή ενός προϊόντος
- ✓ Εμφάνιση Συνόλων Φόρου: Εδώ επιλέγουμε να εμφανίζονται αναλυτικά οι φόροι που εφαρμόζονται στα προϊόντα

Βοήθεια ▾

Γενικά
Προϊόντα
Φόρος
Αποστολή
Ταμείο
Λογαριασμοί
Emails
API

Επιλογές Φόρου | [Βασικοί Συντελεστές](#) | [Συντελεστές Reduced Rate](#) | [Συντελεστές Zero Rate](#)

Επιλογές Φόρου

Οι Τιμές Εισάγονται Με Φόρο ?

Ναι, θα εισάγω τις τιμές μαζί με το φόρο
 Όχι, θα εισάγω τις τιμές χωρίς το φόρο

Υπολογισμός Φόρου Με Βάση Τη ?

Διεύθυνση αποστολής πελάτη ▾

Κατηγορία Φόρου Αποστολής ?

Κατηγορία φόρου αποστολής με βάση τα πρώτα... ▾

Στρογγυλοποίηση ?

Στρογγυλοποίηση φόρου σε επίπεδο υποσυνόλου, αντί για στρογγυλοποίηση ανά σειρά

Επιπρόσθετες Κατηγορίες Φόρου ?

Reduced Rate
Zero Rate

Εμφάνιση Τιμών στο Κατάστημα ?

Με φόρο ▾

Εμφάνιση Τιμών Κατά την Παραμονή στο Καλάθι και το Ταμείο ?

Με φόρο ▾

Επίθεμα Εμφάνισης Τιμής ?

με ΦΠΑ

Εμφάνιση Συνόλων Φόρου ?

Αναλυτικά ▾

Αποθήκευση αλλαγών

Εικόνα 18: Φόρος

Βοήθεια ▾

Γενικά
Προϊόντα
Φόρος
Αποστολή
Ταμείο
Λογαριασμοί
Emails
API

Επιλογές Φόρου | [Βασικοί Συντελεστές](#) | [Συντελεστές Reduced Rate](#) | [Συντελεστές Zero Rate](#)

Συντελεστές Φόρου "Βασικός"

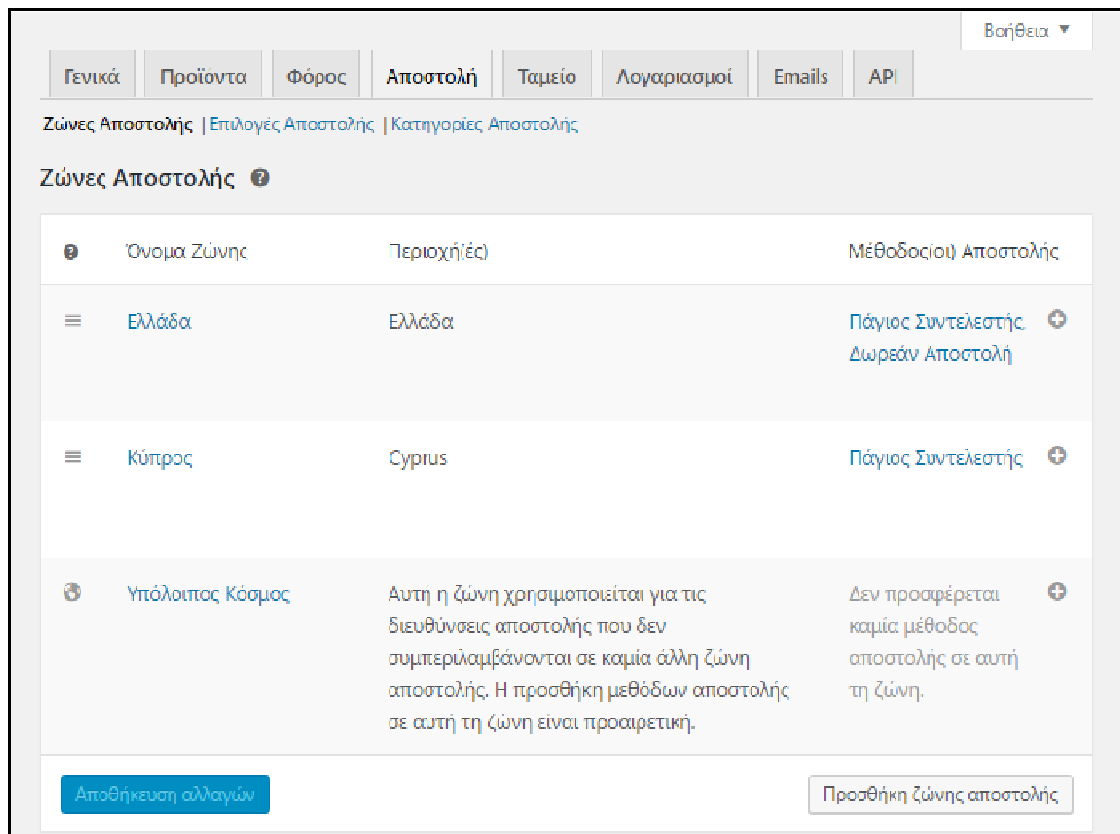
Αναζήτηση...

Κωδικός Χώρας ?	Κωδικός Πολιτείας ?	ZIP/Ταχυδρομικός Κωδικός ?	Πόλη ?	Συντελεστής % ?	Όνομα Φόρου ?	Προτεραιότητα ?	Σύνθετος ?	Αποστολή ?
GR	*	*	*	24,0000	ΦΠΑ	1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
CY	*	*	*	19,0000	ΦΠΑ	1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Εισαγωγή σειράς
Αφαίρεση επιλεγμένης(ων) σειράς(ών)
Εισαγωγή CSV
Εξαγωγή CSV

Αποθήκευση αλλαγών

Εικόνα 19: Συντελεστές Φόρου



Εικόνα 20: Αποστολή

Ταμείο Διαδικασία Ταμείου

- ✓ Κουπόνια: Δεν θα ενεργοποιήσουμε προς στιγμήν τη δυνατότητα εξαργύρωσης κουπονιών
- ✓ Διαδικασία Ταμείου: Θα επιτρέψουμε στους απλούς επισκέπτες τη δημιουργία καλαθιού.
- ✓ Σελίδες Ταμείου: Εδώ εμφανίζονται οι σελίδες του ταμείου όπως δημιουργήθηκαν στην ενεργοποίηση του WooCommerce.
- ✓ Τελικά σημεία Ταμείου: Εδώ εμφανίζονται τα τελικά σημεία του ταμείου όπως δημιουργήθηκαν στην ενεργοποίηση του WooCommerce.

Βοήθεια ▾

Γενικά
Προϊόντα
Φόρος
Αποστολή
Ταμείο
Λογαριασμοί
Emails
API

Επιλογές Ταμείου | BACS | Πληρωμές μέσω Επιταγής | Αυτοκαταβολή | PayPal | PayPal Express Checkout

Διαδικασία Ταμείου

Κουπόνια

Ενεργοποίηση της χρήσης κουπονιών
Τα κουπόνια μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τις σελίδες του καλαθιού και του ταμείου.

Υπολογισμός των εκπτώσεων κουπονιού διαδοχικά
Όταν χρησιμοποιείτε πολλαπλά κουπόνια, χρησιμοποιήστε το πρώτο κουπόνι επί της συνολικής τιμής και το δεύτερο κουπόνι επί της μειωμένης τιμής και ούτω καθεξής.

Διαδικασία Ταμείου

Ενεργοποίηση του ταμείου επισκεπτών
Να επιτρέπεται στους πελάτες να μεταβαίνουν στο ταμείο χωρίς τη δημιουργία ενός λογαριασμού.

Επιβολή ασφαλούς ταμείου
Επιβολή SSL (HTTPS) στις σελίδες του ταμείου ([ένα SSL Πιστοποιητικό απαιτείται](#)).

Εικόνα 21: Ταμείο Διαδικασία Ταμείου

Σελίδες Ταμείου

Αυτές οι σελίδες πρέπει να οριστούν έτσι ώστε το WooCommerce να ξέρει που να στείλει τους χρήστες για να πληρώσουν.

Σελίδα Καλαθιού	?	Cart	✕ ▾
Σελίδα Ταμείου	?	Checkout	✕ ▾
Όροι και Προϋποθέσεις	?	Επιλέξτε μία σελίδα...	

Τελικά σημεία Ταμείου

Τα τελικά σημεία προσαρτώνται στα URLs της σελίδας σας για να χειριστούν ειδικές ενέργειες κατά τη διαδικασία πληρωμής. Θα πρέπει να είναι μοναδικά.

Πληρωμή	?	order-pay
Λήψη Παραγγελίας	?	order-received
Προσθήκη Μεθόδου Πληρωμής	?	add-payment-method
Διαγραφή Μεθόδου Πληρωμής	?	delete-payment-method
Ορισμός Προκαθορισμένης Μεθόδου Πληρωμής	?	set-default-payment-meth

Εικόνα 22:Σελίδες Ταμείου

Υπηρεσίες Πληρωμής

Οι εγκαταστημένες υπηρεσίες πληρωμής εμφανίζονται παρακάτω. Σύρετε και αφήστε τις υπηρεσίες πληρωμής για να ελέγξετε τη σειρά εμφάνισής τους στον ιστότοπο.

Σειρά Εμφάνισης Υπηρεσίας

Υπηρεσία	ID Υπηρεσίας	Ενεργοποιημένο
Άμεση Τραπεζική Μεταφορά	becs	✓
Πληρωμές μέσω Επιταγής	cheque	-
Αντικαταβολή	cod	✓
PayPal	paypal	✓
PayPal Express Checkout	ppec_paypal	✓

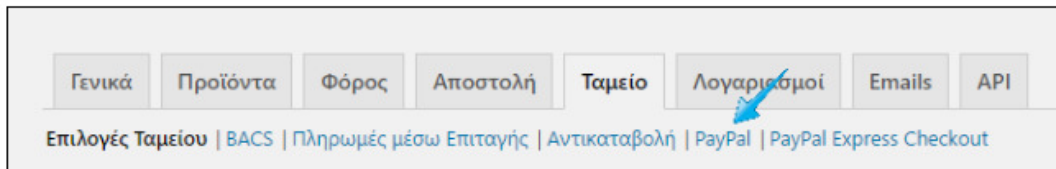
Αποθήκευση αλλαγών

Εικόνα 23: Υπηρεσίες Πληρωμής: Εδώ ορίζονται οι τρόποι πληρωμής όπως δημιουργήθηκαν στην ενεργοποίηση του WooCommerce.

Εικόνα 24 Επιλέγουμε Payments και την χώρα μας (Greece) και εμφανίζονται όλοι οι πιθανοί πάροχοι online πληρωμών.

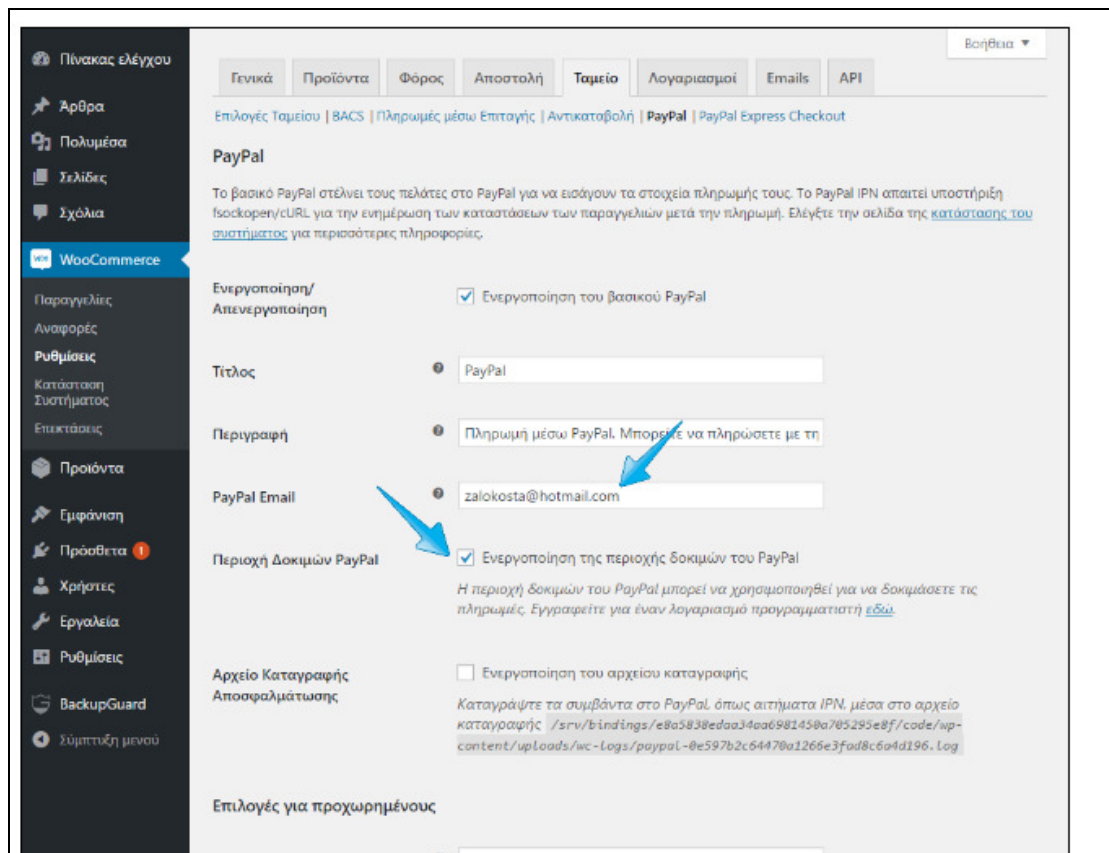
<http://codecanyon.net/category/wordpress/ecommerce/woocommerce>

Ας δούμε τον τρόπο ρύθμισης αποδοχής πληρωμών μέσω PayPal. Αρχικά πρέπει να δημιουργήσουμε ένα λογαριασμό στο PayPal Μετά πρέπει να ρυθμίσουμε το PayPal.



Εικόνα 25 Τρόπος ρύθμισης αποδοχής πληρωμών μέσω PayPal

Εισάγουμε την διεύθυνση e-mail που έχουμε στο PayPal: Μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε τη δοκιμαστική έκδοση του PayPal για να δοκιμάσουμε τις λειτουργίες του πριν το άνοιγμα του καταστήματος στους πελάτες.



Εικόνα 26 Δοκιμαστική έκδοση του PayPal

Βοήθεια ▼

Γενικά
Προϊόντα
Φόρος
Αποστολή
Ταμείο
Λογαριασμοί
Emails
API

Σελίδες Λογαριασμού

Αυτές οι σελίδες χρειάζεται να οριστούν έτσι ώστε το WooCommerce να ξέρει πού να στείλει τους χρήστες ώστε να αποκτήσουν πρόσβαση σε λειτουργίες που σχετίζονται με το λογαριασμό τους.

Σελίδα Ο Λογαριασμός Μου My Account ▼

Ενεργοποίηση Εγγραφής Ενεργοποιήστε την εγγραφή στη σελίδα "Ταμείο"
 Ενεργοποιήστε την εγγραφή στη σελίδα "Ο Λογαριασμός Μου"

Σύνδεση Να εμφανίζεται η υπενθύμιση σύνδεσης σε παλιό πελάτη στη σελίδα "Ταμείο"

Δημιουργία Λογαριασμού Αυτόματη δημιουργία του ονόματος χρήστη από το email πελάτη
 Αυτόματη δημιουργία του κωδικού πελάτη

Εικόνα 27: Λογαριασμοί

Τελικά σημεία του Λογαριασμού Μου

Τα τελικά σημεία προσαρτώνται στα URLs της σελίδας σας για να χειριστούν ειδικές ενέργειες στις σελίδες των λογαριασμών. Θα πρέπει να είναι μοναδικά και μπορούν να αφηθούν κενά για την απενεργοποίηση του τελικού σημείου.

Παραγγελίες	?	<input type="text" value="orders"/>
Εμφάνιση Παραγγελίας	?	<input type="text" value="view-order"/>
Μεταφορτώσεις	?	<input type="text" value="downloads"/>
Επεξεργασία Λογαριασμού	?	<input type="text" value="edit-account"/>
Διευθύνσεις	?	<input type="text" value="edit-address"/>
Μέθοδοι Πληρωμής	?	<input type="text" value="payment-methods"/>
Χαμένος Κωδικός	?	<input type="text" value="lost-password"/>
Αποσύνδεση	?	<input type="text" value="customer-logout"/>

Αποθήκευση αλλαγών

Εικόνα 28 : Λογαριασμοί μου

Επιλογές Αποστολέα Email

Όνομα "Από"

Διεύθυνση "Από"

Πρότυπο Email

Αυτή η ενότητα σας επιτρέπει να προσαρμόσετε τα emails του WooCommerce. [Πατήστε εδώ για να κάνετε προεπισκόπηση του προτύπου του email σας.](#)

Εικόνα Κεφαλίδας

Κείμενο Υποσέλιδου

Χρώμα Βάσης

Χρώμα Φόντου

Χρώμα Φόντου Σώματος

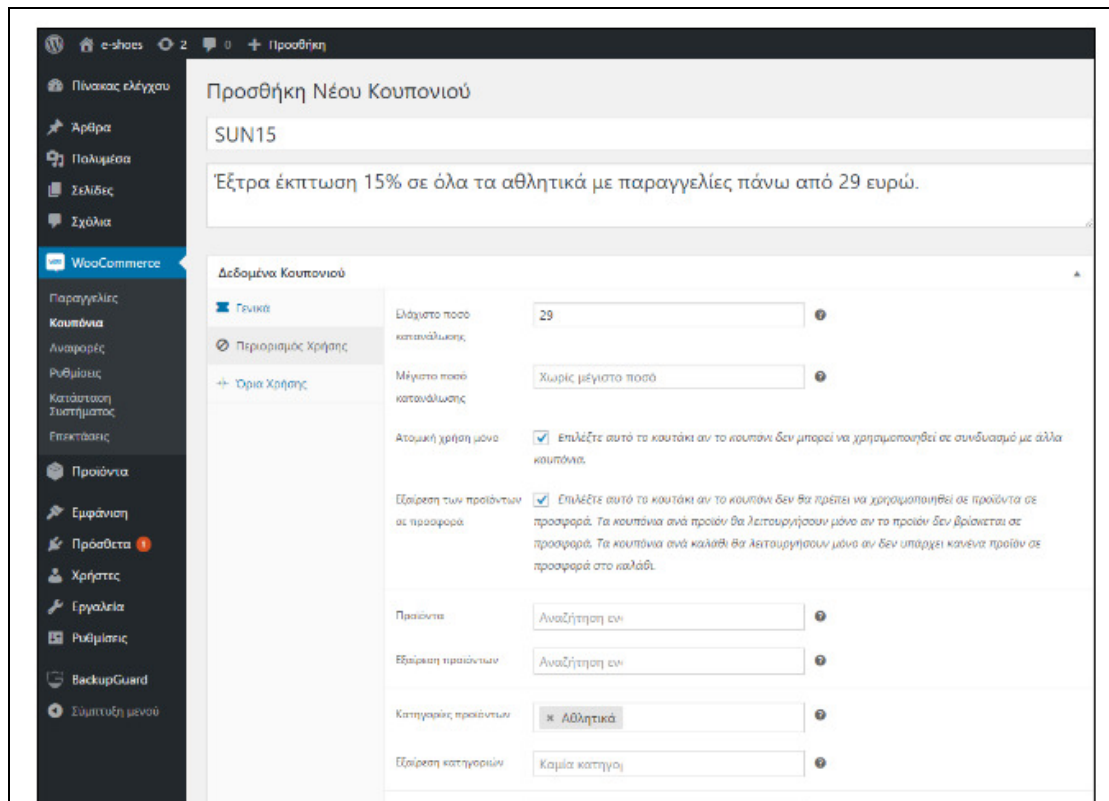
Χρώμα Κειμένου Σώματος

Εικόνα 29: Emails

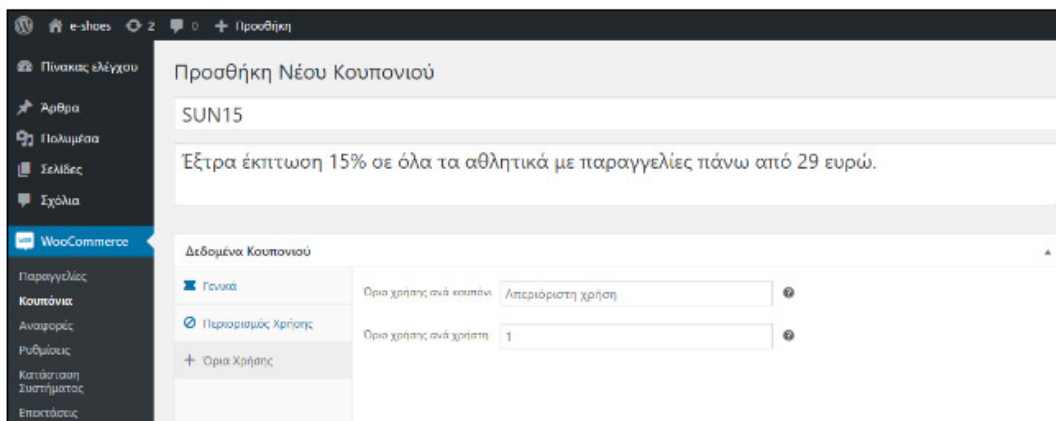
Πολιτικές έκπτωσης

Τα κουπόνια έκπτωσης δίνουν τη δυνατότητα δημιουργίας προωθητικών ενεργειών για τους πελάτες σας, τους συνδρομητές της σελίδας κτλ.

WooCommerce | Κουπόνια



Εικόνα 30 Προσθήκη Νέου Κουπονιού



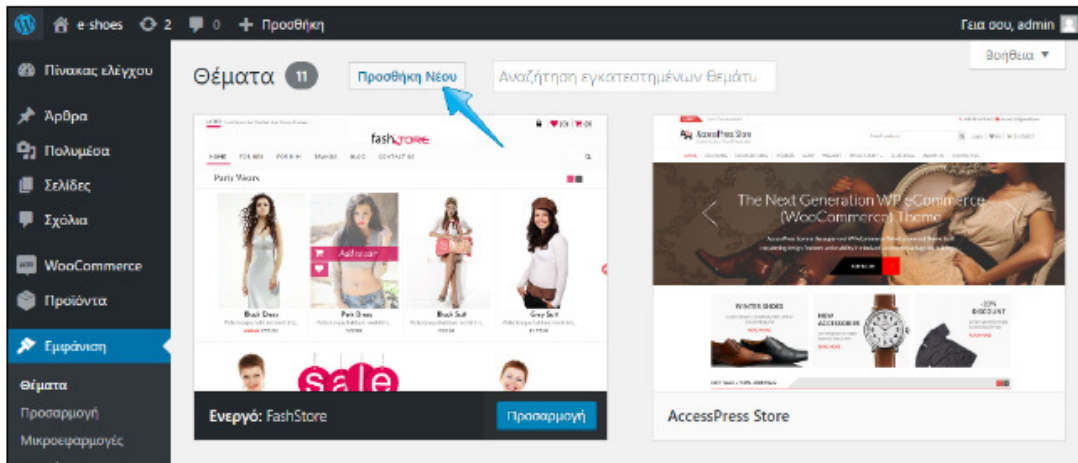
Εικόνα 31 Δημοσίευση

Μόλις το κουπόνι μας είναι έτοιμο κάνουμε κλικ στο κουμπί **Δημοσίευση**.

Μορφοποίηση

Εμφάνιση | Μικροεφαρμογές

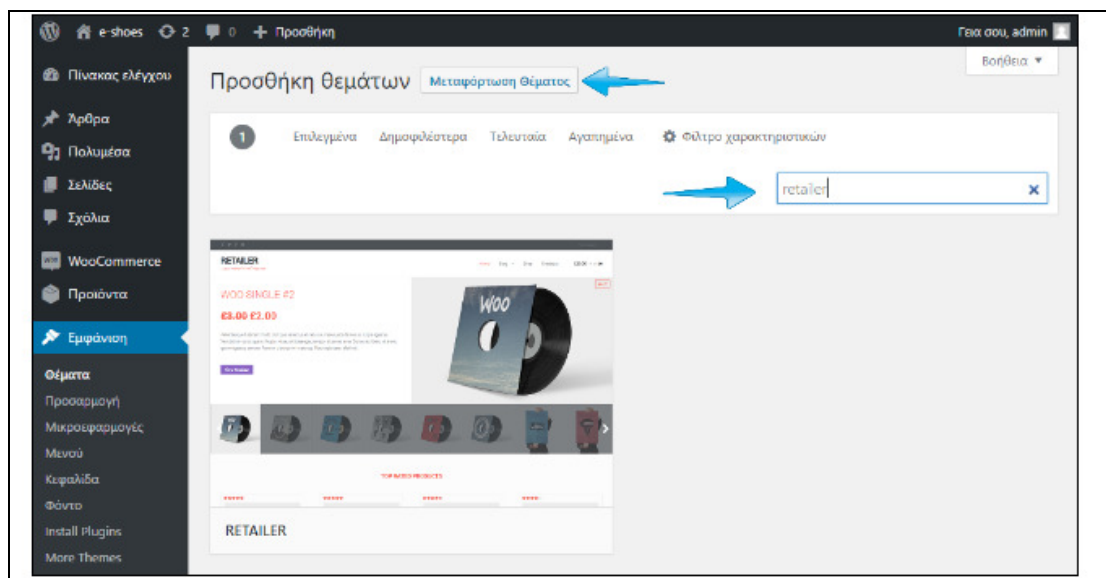
Εγκατάσταση νέου θέματος



Εικόνα 32 Εμφάνιση | Θέματα

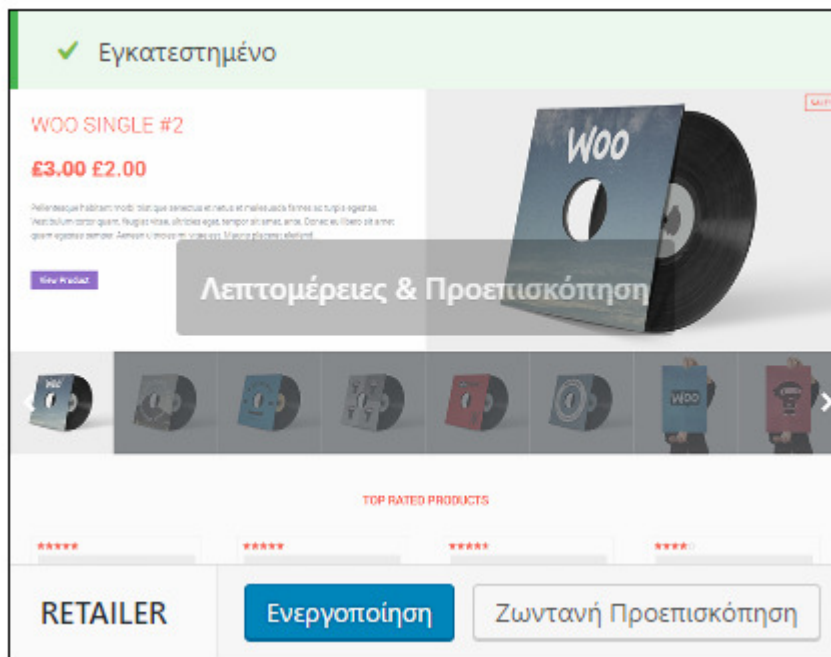
Κλικ στο κουμπί Προσθήκη Νέου

Εδώ μπορούμε να μεταφορτώσουμε ένα θέμα που έχουμε κατεβάσει από έναν κατασκευαστή/πωλητή θεμάτων ή να αναζητήσουμε ένα θέμα όπως στην παρακάτω εικόνα.



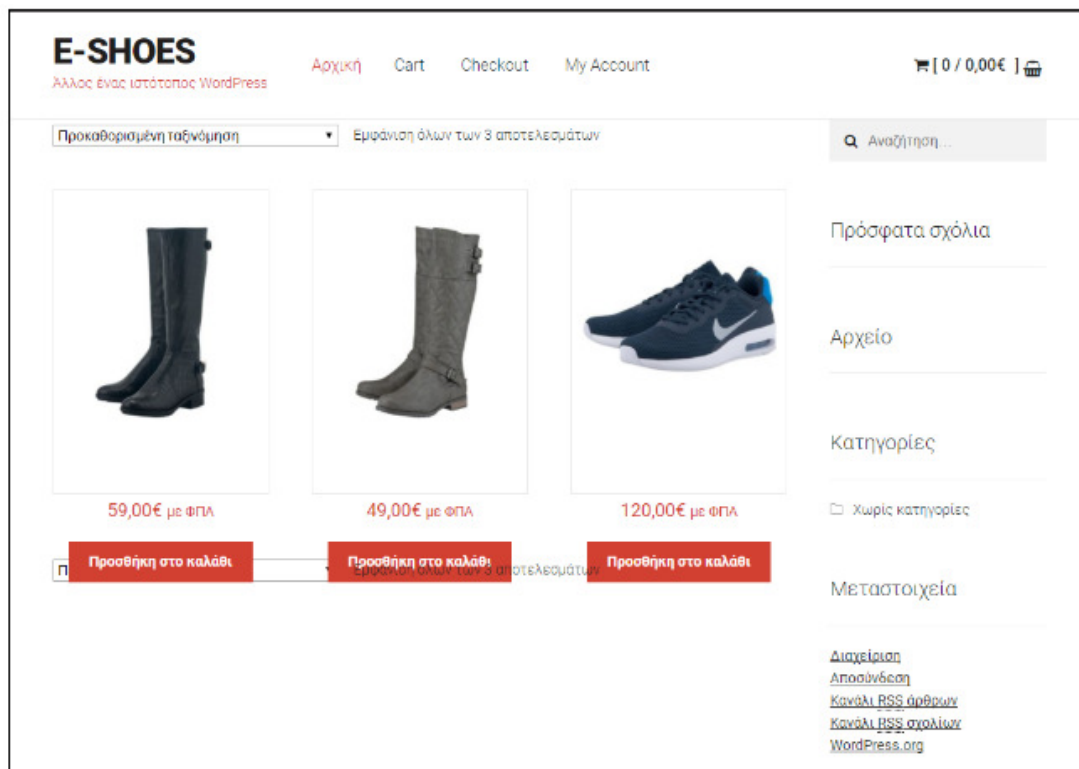
Εικόνα 33 Νέο θέμα

Κάνουμε κλικ στην εικόνα του θέματος και κλικ στο κουμπί Εγκατάσταση. Μόλις τελειώσει η εγκατάσταση κάνουμε κλικ στο κουμπί Ενεργοποίηση για να χρησιμοποιηθεί το θέμα στο κατάστημα.



Εικόνα 34 Εγκατεστημένο το νέο θέμα.

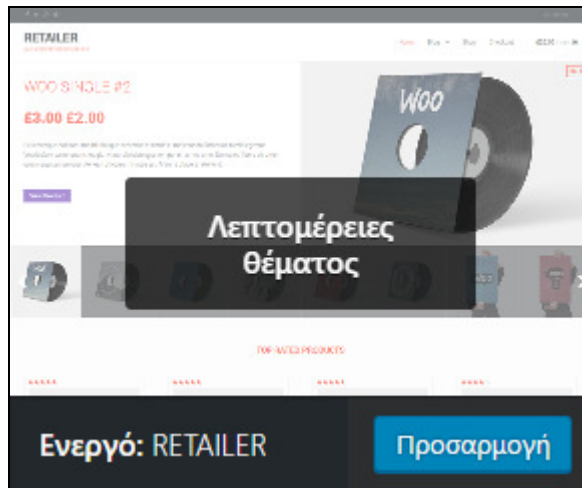
Πηγαίνουμε στο κατάστημα και βλέπουμε τις αλλαγές.



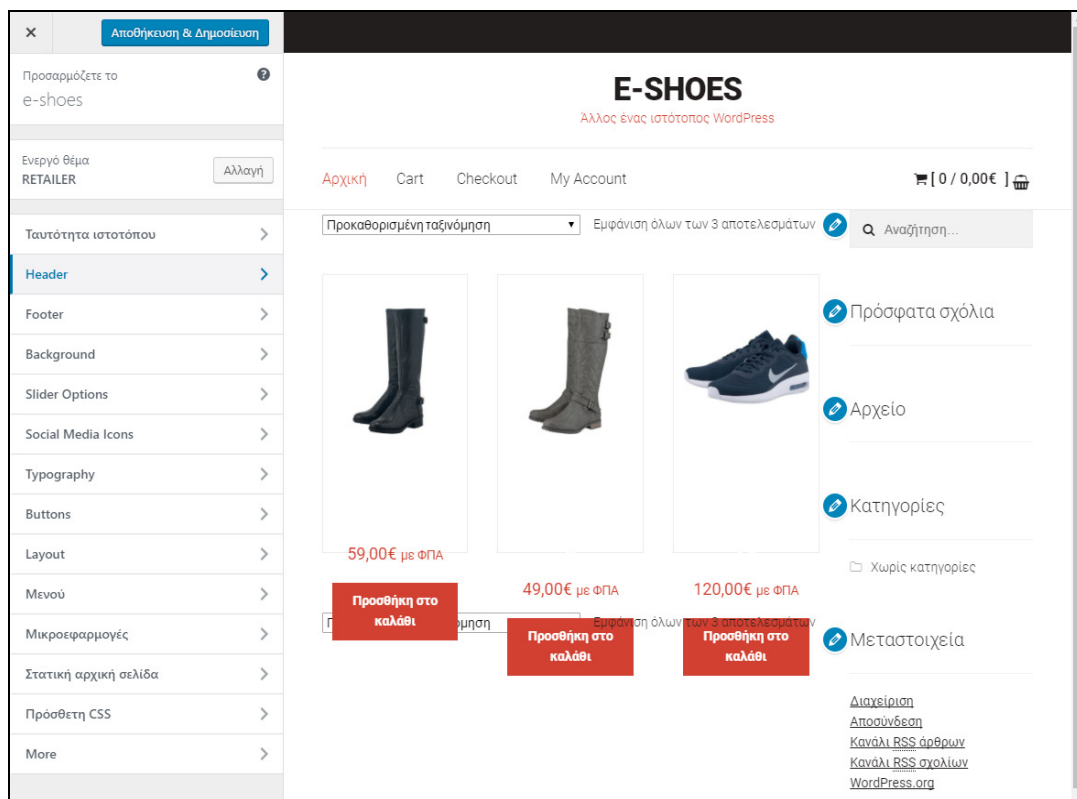
Εικόνα 35 E-Shoes

Για να αλλάξουμε τις ρυθμίσεις του θέματος πηγαίνουμε Εμφάνιση | Θέματα και κάνουμε κλικ στο κουμπί **Προσαρμογή**

Για να αλλάξουμε τις ρυθμίσεις του θέματος πηγαίνουμε Εμφάνιση | Θέματα και κάνουμε κλικ στο κουμπί **Προσαρμογή**



Εικόνα 36 Προσαρμογή νέου θέματος



Εικόνα 37 Νέο θέμα

Αλλαγή λογότυπου και favicon

The image shows a settings panel with a light gray background and a blue vertical bar on the right. It contains the following sections:

- Λογότυπο**: A dashed box containing the text "Δεν έχει επιλεγεί λογότυπο". Below it is a button labeled "Επιλογή λογότυπου".
- Τίτλος ιστοτόπου**: A text input field containing "e-shoes".
- Υπότιτλος**: An empty text input field.
- Εικονίδιο ιστοτόπου**: A text area containing instructions: "Το εικονίδιο ιστοτόπου χρησιμοποιείται ως εικονίδιο περιηγητή και εφαρμογής για τον ιστότοπό σας. Τα εικονίδια πρέπει να είναι τετράγωνα και με τουλάχιστον 512 πλάτος και ύψος." Below this is a dashed box containing "Δεν επιλέχθηκε εικόνα" and a button labeled "Επιλέξτε εικόνα".

Εικόνα 38 Αλλαγή λογότυπου

Κλικ στο κουμπί **Επιλογή λογότυπου**

Κλικ στην καρτέλα **Μεταφόρτωση αρχείων**

Κλικ στο κουμπί **Επιλογή αρχείων**

Επιλέγουμε το αρχείο εικόνας που θα χρησιμοποιηθεί για λογότυπο και κάνουμε κλικ

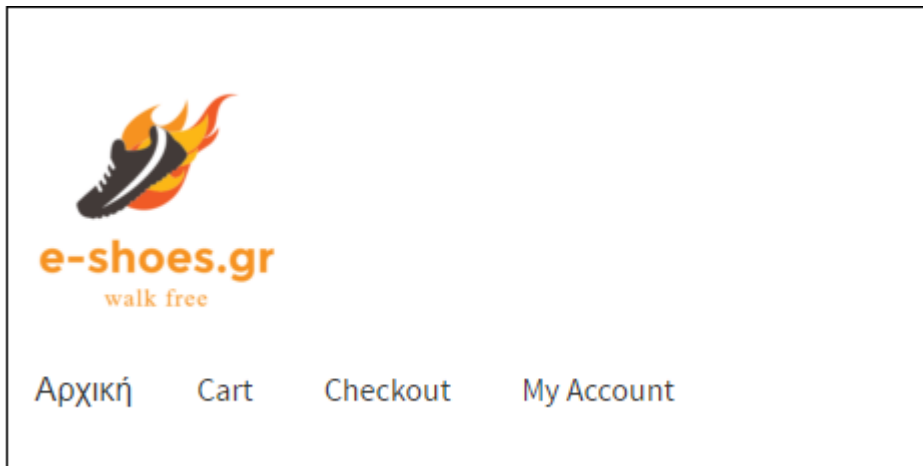
στο **Άνοιγμα** για να μεταφορτωθεί στη **Βιβλιοθήκη πολυμέσων** του ιστότοπου

Επιλέγουμε την εικόνα λογότυπου από την καρτέλα **Βιβλιοθήκη πολυμέσων** και

κάνουμε κλικ στο κουμπί **Επιλογή**

Περικόπτουμε την εικόνα αν χρειάζεται και κάνουμε κλικ στο κουμπί **Περικοπή**

εικόνας. Το νέο μας λογότυπο είναι έτοιμο



Εικόνα 39 Αλλαγή Λογότυπου

Για την αλλαγή του εικονιδίου ιστότοπου (favicon) ακολουθούμε παρόμοια λογική
Εμφάνιση | Προσαρμογή

Ταυτότητα ιστότοπου

Κλικ στο κουμπί **Επιλέξτε εικόνα**

Κλικ στην καρτέλα **Μεταφόρτωση αρχείων**

Κλικ στο κουμπί **Επιλογή αρχείων**

Επιλέγουμε το αρχείο εικόνας που θα χρησιμοποιηθεί για favicon και κάνουμε κλικ
στο **Άνοιγμα** για να μεταφορτωθεί στη **Βιβλιοθήκη πολυμέσων** του ιστότοπου

Επιλέγουμε την εικόνα favicon από την καρτέλα **Βιβλιοθήκη πολυμέσων** και
κάνουμε κλικ στο κουμπί **Επιλογή**

Περικόπτουμε την εικόνα αν χρειάζεται και κάνουμε κλικ στο κουμπί **Περικοπή
εικόνας**. Το νέο μας favicon είναι έτοιμο

Τρόποι επικοινωνίας-Κοινωνικά δίκτυα

Εγκαθιστούμε το πρόσθετο Sassy Social Shar

WordPress Social Sharing Plugin – Sassy Social Share

Ενεργό

Περισσότερες λεπτομέρειες

Slickest, Simplest and Optimized Share buttons. Facebook, Twitter, Google+, Pinterest, WhatsApp and over 100 more.

Από *Team Heateor*

★★★★★ (51)

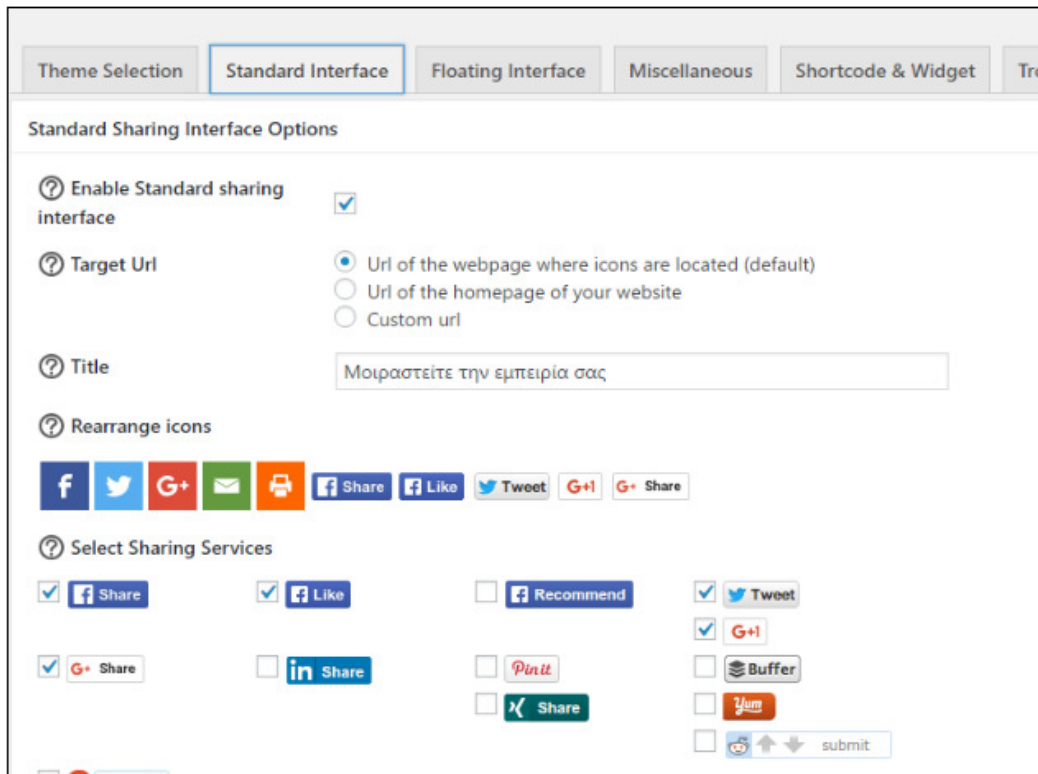
10.000+ Ενεργές Εγκαταστάσεις

Τελευταία ενημέρωση: 7 ημέρες πριν

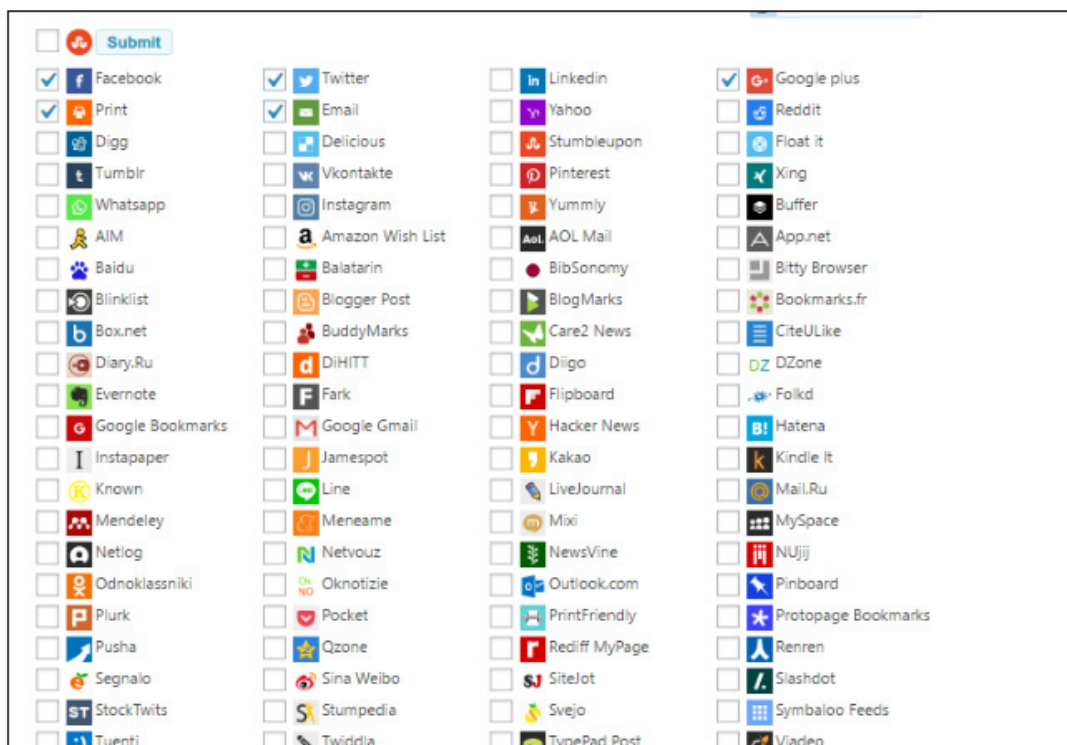
✓ Συμβατό με την έκδοση σας WordPress

Εικόνα 40 Sassy Social Shar

Εισάγουμε στις ρυθμίσεις τα κοινωνικά δίκτυα που θέλουμε να εμφανίζονται και τις σελίδες στις οποίες θέλουμε να εμφανίζονται (Προϊόντα και Ευχαριστήρια σελίδα για την αγορά προϊόντων).



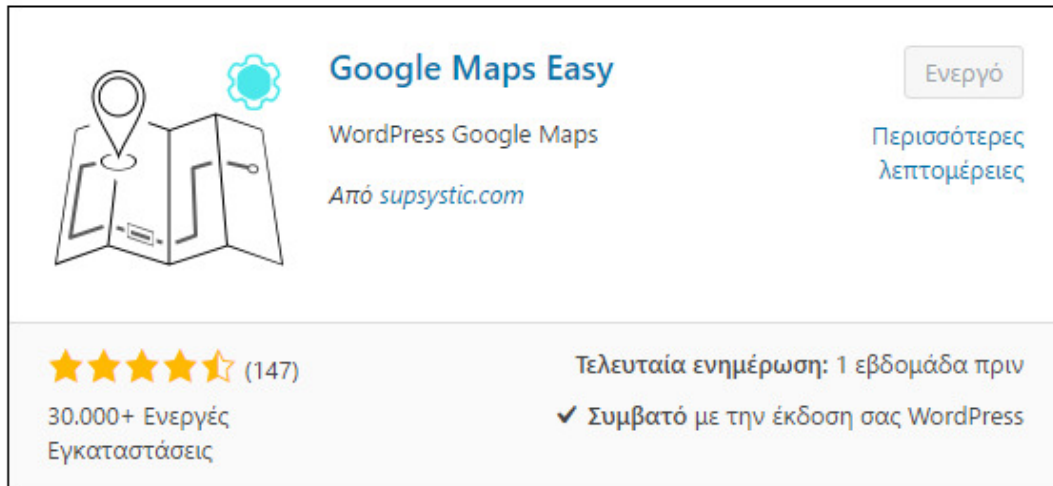
Εικόνα 41 Ρυθμίσεις τα κοινωνικά δίκτυα



Εικόνα 42 Ρυθμίσεις στα κοινωνικά δίκτυα

Google map

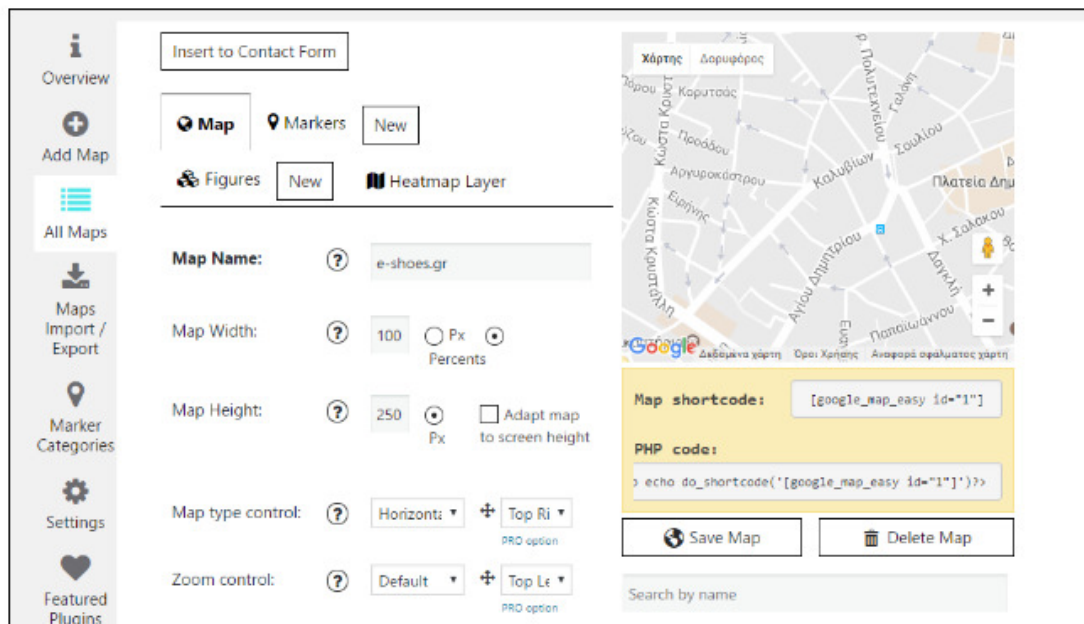
Εγκαθιστούμε το πρόσθετο Google maps easy



The screenshot shows the 'Google Maps Easy' plugin interface. On the left, there is an icon of a map with a location pin and a gear. The main title is 'Google Maps Easy' in blue, with a sub-title 'WordPress Google Maps' and 'Από supstic.com'. A button labeled 'Ενεργό' (Active) is in the top right. Below the title, it says 'Περισσότερες λεπτομέρειες' (More details). At the bottom left, there are five yellow stars and '(147)', followed by '30.000+ Ενεργές Εγκαταστάσεις' (30,000+ Active Installations). At the bottom right, it says 'Τελευταία ενημέρωση: 1 εβδομάδα πριν' (Last update: 1 week ago) and '✓ Συμβατό με την έκδοση σας WordPress' (Compatible with your WordPress version).

Εικόνα 43 Google maps easy

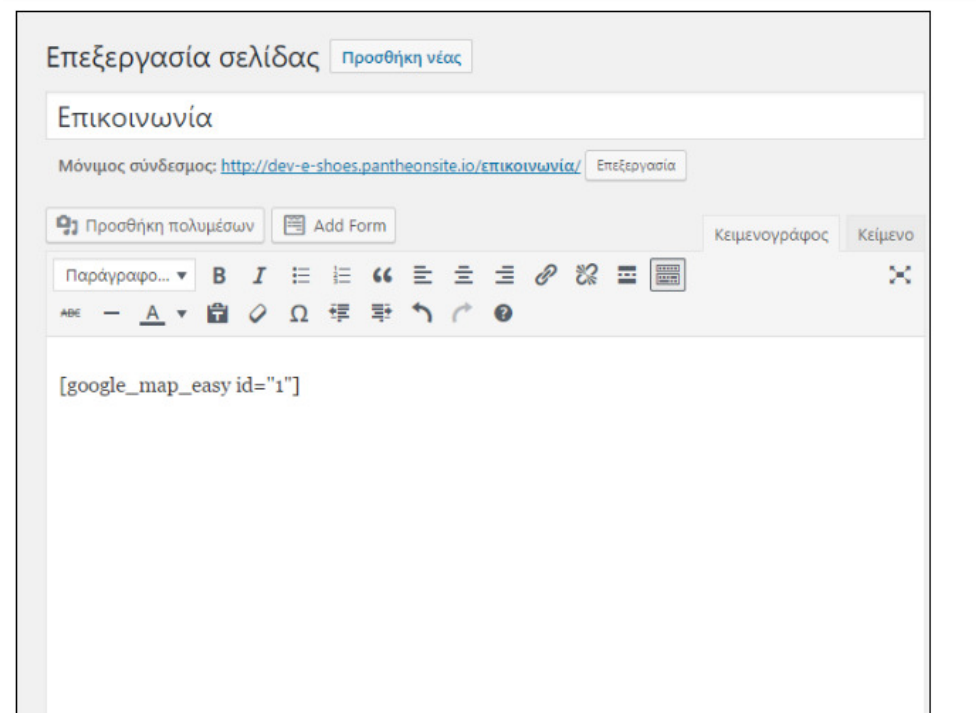
Δημιουργούμε έναν χάρτη για το κατάστημα



The screenshot shows the 'Google Maps Easy' settings interface. On the left, there is a sidebar with icons for 'Overview', 'Add Map', 'All Maps', 'Maps Import / Export', 'Marker Categories', 'Settings', and 'Featured Plugins'. The main area has a 'Map' tab selected, with 'Markers' and 'New' buttons. Below that, there are 'Figures' and 'Heatmap Layer' options. The settings are as follows: 'Map Name' is 'e-shoes.gr', 'Map Width' is '100' (with radio buttons for 'Px' and 'Percents'), 'Map Height' is '250' (with radio buttons for 'Px' and 'Adapt map to screen height'), 'Map type control' is 'Horizontal' (with a 'Top Ri' dropdown), and 'Zoom control' is 'Default' (with a 'Top Lt' dropdown). On the right, there is a preview of a map showing a street view of a city. Below the map, there are fields for 'Map shortcode' (containing '[google_map_easy id="1"]') and 'PHP code' (containing '> echo do_shortcode('[google_map_easy id="1"]');>>'). At the bottom, there are 'Save Map' and 'Delete Map' buttons, and a search bar labeled 'Search by name'.

Εικόνα 44 Χάρτης Ιστότοπου


Το εισάγουμε στη σελίδα επικοινωνίας



Εικόνα 45 Εισαγωγή Χάρτη στη σελίδα Επικοινωνία

Φόρμα επικοινωνίας

Εγκαθιστούμε το πρόσθετο WPForms lite



Contact Form by WPForms – Drag & Drop Form Builder for WordPress

The best WordPress contact form plugin. Drag & Drop online form builder that helps you create beautiful contact forms with just a few clicks.

Από WPForms

Ενεργό

Περισσότερες λεπτομέρειες

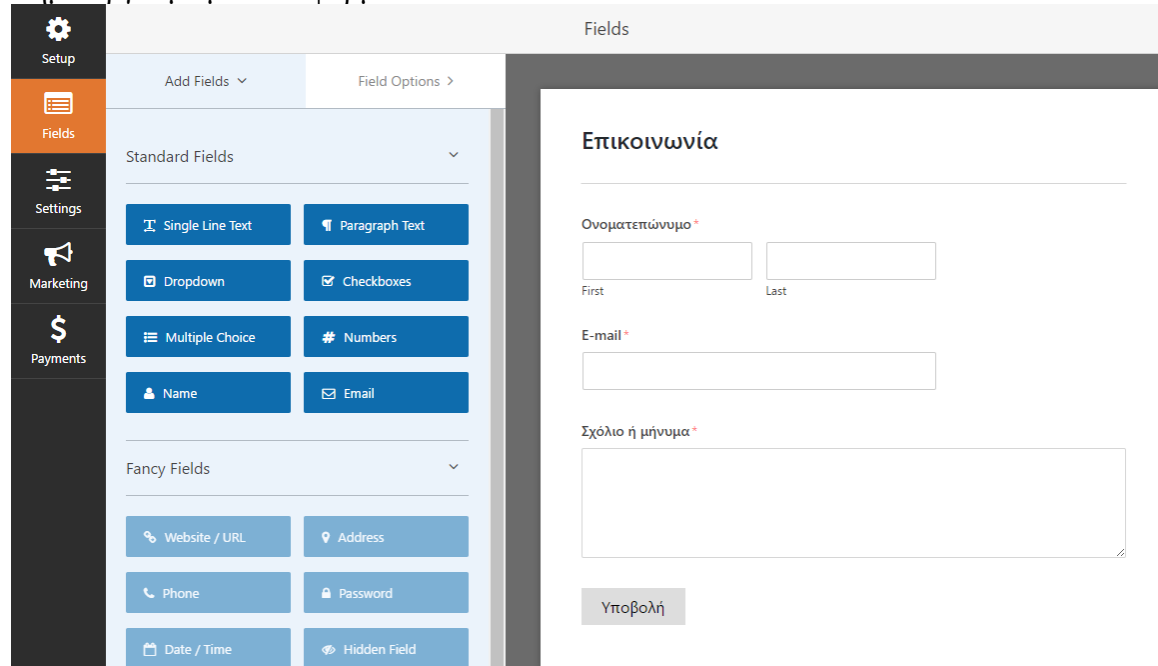
★★★★★ (529)

200.000+ Ενεργές Εγκαταστάσεις

✓ Συμβατό με την έκδοσή σας WordPress

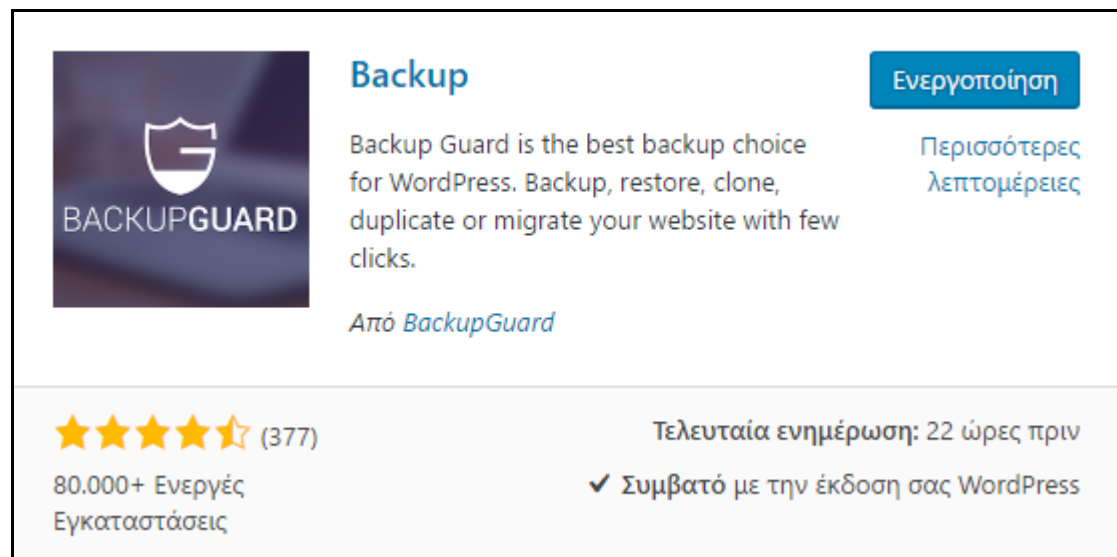
Εικόνα 46 Πρόσθετο WPForms lite

Δημιουργούμε μία νέα φόρμα



Εικόνα 47 Εισαγωγή φόρμας

Τώρα είναι μία καλή στιγμή για να εγκαταστήσουμε ένα πρόσθετο για δημιουργία αντιγράφων ασφαλείας:

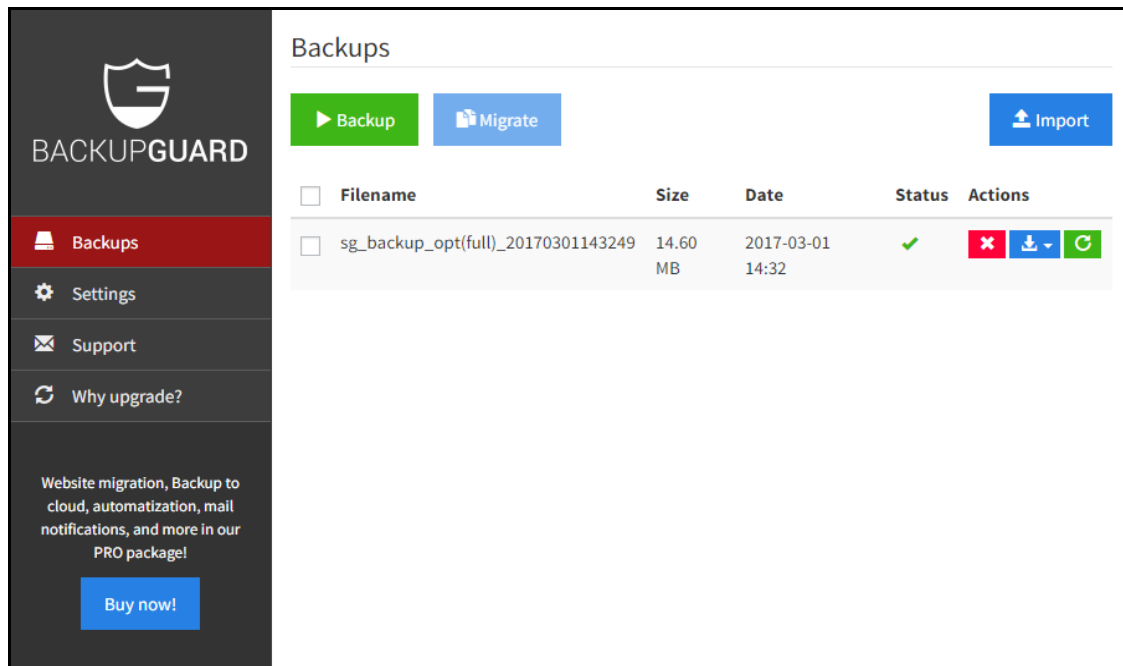


Εικόνα 48: Εγκατάσταση πρόσθετου για Backup

The screenshot shows the BackupGuard dashboard. On the left is a dark sidebar with the BackupGuard logo and navigation links: Backups (highlighted), Settings, Support, and Why upgrade?. Below the links is a promotional message for the PRO package with a 'Buy now!' button. The main content area is titled 'Backups' and contains three buttons: 'Backup' (green), 'Migrate' (blue), and 'Import' (blue). Below the buttons is a table with columns: Filename, Size, Date, Status, and Actions. The table is currently empty, displaying 'No backups found.'

The screenshot shows a 'Manual Backup' dialog box with a close button (X) in the top right corner. It contains two radio button options: 'Full backup' (which is selected) and 'Custom backup'. At the bottom right, there are two buttons: 'Close' (black) and 'Backup' (blue).

Εικόνα 49: Εγκατάσταση πρόσθετου για Backup1



Εικόνα 50: Ολοκλήρωση Backup

4.2 Δημιουργία κατηγοριών προϊόντων

Η κατηγοριοποίηση των προϊόντων μπορεί να γίνει είτε με τη δημιουργία κατηγοριών είτε με τη χρήση ιδιοτήτων και ετικετών.

1. Κάνουμε κλικ στο Προϊόντα\Κατηγορίες
2. Στην οθόνη που εμφανίζεται πληκτρολογούμε το όνομα της κατηγορίας.
3. Εάν πρόκειται για κατηγορία γονέα αφήνουμε το πεδίο Γονέας κενό. Σε διαφορετική περίπτωση, αν πρόκειται δηλαδή για υποκατηγορία, εισάγουμε την κατηγορία γονέα.

4. Αν θέλουμε πληκτρολογούμε και μία περιγραφή στο αντίστοιχο πεδίο.
5. Μπορούμε να εισάγουμε και μία εικόνα για την κατηγορία μας αλλά η χρήση της εικόνας εξαρτάται από το θέμα που έχουμε επιλέξει.
6. Κάνουμε κλικ στο κουμπί Προσθήκη Νέας Κατηγορίας Προϊόντος για να αποθηκεύσουμε την κατηγορία και να εισάγουμε νέα.

Επαναλαμβάνοντας τα παραπάνω βήματα καταλήγουμε στις παρακάτω κατηγορίες:

- Γυναίκα
 - Μπότες
 - Μποτάκια
 - Γόβες
 - Αθλητικά
 - Sneakers
 - Παντόφλες
 - Μπαλαρίνες
 - Σαγιονάρες
 - Πλατφόρμες
 - Πέδιλα
 - Σανδάλια
- Άνδρας
 - Μπότες
 - Μποτάκια
 - Αθλητικά
 - Sneakers
 - Παντόφλες
 - Σαγιονάρες
 - Σανδάλια

Κατηγορίες Προϊόντων

Μπορείτε να διαχειριστείτε τις κατηγορίες προϊόντων του καταστήματός σας εδώ. Για να αλλάξετε τη σειρά των κατηγοριών στον ιστότοπο μπορείτε να τις σύρετε και να τις αφήσετε για να τις ταξινομήσετε. Για να δείτε περισσότερες κατηγορίες πατήστε στο σύνδεσμο "επιλογές οθόνης" στην κορυφή της σελίδας.

Προσθήκη Νέας Κατηγορίας Προϊόντος

Όνομα

Το όνομα είναι όπως εμφανίζεται στον ιστότοπό σας.

Σύντομο όνομα

Μορφή του ονόματος καταλληλότερη για διευθύνσεις URL. Συνήθως περιέχει μόνο πεζά λατινικά, αριθμούς και ενωτικά.

Γονέας

Περιγραφή

Η περιγραφή δεν εμφανίζεται από προεπιλογή, αλλά κάποια θέματα τη χρησιμοποιούν.

Τύπος εμφάνισης

Μικρογραφία

- Παιδί
 - Μπότες
 - Μποτάκια
 - Αθλητικά
 - Παντόφλες
 - Πέδιλα
 - Σαγιονάρες

4.3 Εισαγωγή προϊόντων

1. Κλικ στο Προσθήκη προϊόντος

2. Εισαγωγή στοιχείων

a. Όνομα προϊόντος: MyBoots Μπότες

b. Περιγραφή προϊόντος/Σύντομη περιγραφή προϊόντος: Η σύντομη περιγραφή μας ενδιαφέρει γιατί εμφανίζεται στην σελίδα του προϊόντος

c. Κατηγορίες προϊόντων: Γυναίκα + Μπότες

d. Εικόνα προϊόντος: Μεταφορτώνουμε την εικόνα του προϊόντος με κλικ στον σύνδεσμο “Ορισμός της εικόνας προϊόντος”.

e. Καρτέλα Γενικά

i. Κανονική τιμή: 59

ii. Κατάσταση φόρου: Φορολογήσιμο



Δεδομένα Προϊόντος —		Απλό προϊόν	Εικονικό: <input type="checkbox"/>
Μεταφορτώσιμο: <input type="checkbox"/>			
Γενικά	Κανονική τιμή (€)	<input type="text" value="59"/>	
Αποθήκη	Τιμή προσφοράς (€)	<input type="text"/>	
Αποστολή		Προγραμματισμός	
Συνδεδεμένα Προϊόντα	Κατάσταση φόρου	<input type="text" value="Φορολογήσιμο"/>	?
Ιδιότητες	Κατηγορία φόρου	<input type="text" value="Βασικός"/>	?
Για προχωρημένους			

Εικόνα 51: Εισαγωγή προϊόντων

iii. Κατηγορία φόρου: Βασικός

f. Καρτέλα Αποθήκη

i. Κωδικός προϊόντος: MYBOOTS-1

ii. Κατάσταση αποθέματος: Σε απόθεμα

Εικόνα 52: Καρτέλα Αποθήκη

g. Καρτέλα Αποστολή

i. Βάρος: Δεν μας ενδιαφέρει

ii. Διαστάσεις: Δεν μας ενδιαφέρει

iii. Κατηγορία αποστολής: Δεν μας ενδιαφέρει

h. Καρτέλα Συνδεδεμένα προϊόντα: Δεν μας ενδιαφέρει προς το παρόν

i. Καρτέλα Ιδιότητες: Δεν μας ενδιαφέρει προς το παρόν

j. Καρτέλα Για προχωρημένους: Δεν μας ενδιαφέρει προς το παρόν

3. Κλικ στο κουμπί Δημοσίευση

Επαναλαμβάνοντας τα παραπάνω βήματα εισάγουμε και άλλα προϊόντα στις κατηγορίες μας

4.4 Μέθοδος πληρωμής Google Checkout

Αφού αναλύσαμε τη μέθοδο πληρωμής PayPal, τώρα θα δούμε τη μέθοδο πληρωμής Google Checkout. Θα δούμε είναι ακριβώς πώς λειτουργεί καθώς και πώς δημιουργούμε ένα λογαριασμό Checkout.



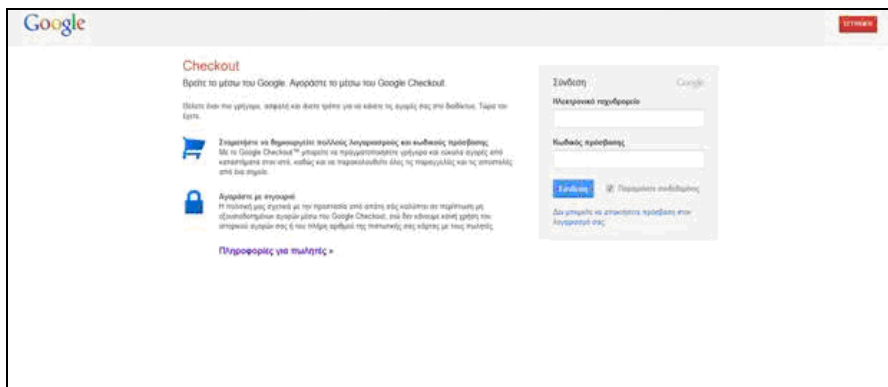
Εικόνα 53 Google Checkout

Ακολουθούν ορισμένα οφέλη που προκύπτουν από τη χρήση του Google Checkout:

- **Αποθηκεύστε τα στοιχεία χρέωσης και αποστολής.** Δεν θα χρειαστεί να καταχωρίσετε ξανά τις ίδιες πληροφορίες κάθε φορά που κάνετε τις αγορές σας στο διαδίκτυο. Μπορείτε να αποθηκεύσετε πολλαπλές διευθύνσεις και πιστωτικές κάρτες στο Google Checkout.
- **Παρακολουθήστε την κατάσταση των παραγγελιών σας.** Όλες οι αγορές σας καταγράφονται στη σελίδα "Ιστορικό αγορών".
- **Διατηρήστε ασφαλή τα στοιχεία σας.** Η ισχύουσα πολιτική προστασίας από απάτη σας καλύπτει από τις μη εξουσιοδοτημένες αγορές που γίνονται μέσω του Google Checkout. Επίσης, δεν κοινοποιούμε το ιστορικό αγορών σας ή τον πλήρη αριθμό της πιστωτικής κάρτας σας με πωλητές.

Ακολουθούμε τα εξής βήματα:

Πάμε στη κεντρική σελίδα Google Checkout <http://checkout.google.com>.



- Κλικάρουμε πάνω δεξιά στο κόκκινο κουτάκι που γράφει **ΕΓΓΡΑΦΗ**.
- Συμπληρώνουμε τα στοιχεία μας και το κωδικό της πιστωτικής μας κάρτας και κλικάρουμε **Δημιουργία λογαριασμού**.
- Πηγαίνουμε στην σελίδα του Google Checkout Home/Administer/Store administration/ Configuration/Google Checkout settings. Εδώ βλέπουμε ότι χρειαζόμαστε το Merchant ID και το Merchant Key. Για να τα βρούμε πάμε στο <http://checkout.google.com/sell>. Αυτό το link μας στέλνει στη δική μας σελίδα διαχείρισης στο Google Checkout. Κάνουμε εγγραφή (Sign

up) αιτούμαστε για Merchant ID και Merchant Key. Αυτά έρχονται σε εμάς μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου(e-mail).

- Πάμε στο Home/ Administer /Store administration/Configuration/Google Checkout settings και τοποθετούμε το Merchant ID και το Merchant Key.
- Κλικάρουμε Save configuration
- Πάμε στο Administer/Store administration/Configuration/Cart settings /Cart panes και ελέγχουμε το pane του Google Checkout

Κεφάλαιο 5ο Ανάλυση και Σχεδίαση

5.1 Καταγραφή απαιτήσεων συστημάτων

Το μοντέλο των περιπτώσεων χρήσης εφαρμόζεται σε αντικειμενοστραφείς μεθολογίες ανάπτυξης λογισμικού και ιστότοπων. Βασικό του πλεονέκτημα είναι ότι επικεντρώνεται στις απαιτήσεις του χρήστη κάτι που αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό για την επιτυχία ενός έργου. Κατά τη φάση της υλοποίησης ενός έργου έχουν καταγραφεί οι απαιτήσεις του χρήστη οπότε κατά τη φάση της καταγραφής των περιπτώσεων χρήσης μελετώνται όλα τα πιθανά σενάρια χρήσης που μπορούν να προκύψουν.

Το ηλεκτρονικό κατάστημά μας θα περιέχει προϊόντα υπόδησης (παπούτσια, μπότες, παντόφλες) αντρικά και γυναικεία. Αρχικά θα πρέπει να περιγράψουμε τα χαρακτηριστικά που θα έχει το κάθε προϊόν αλλά και τις διάφορες τιμές των ειδών. Η πώληση γίνεται μέσα από τη σελίδα δικτύου της επιχείρησης, χρησιμοποιώντας ψηφιακές φόρμες παραγγελίας. Το ηλεκτρονικό κατάστημα έχει ως βασικούς χρήστες τους πελάτες του. Κάποιοι μπορεί αν είναι απλοί επισκέπτες.

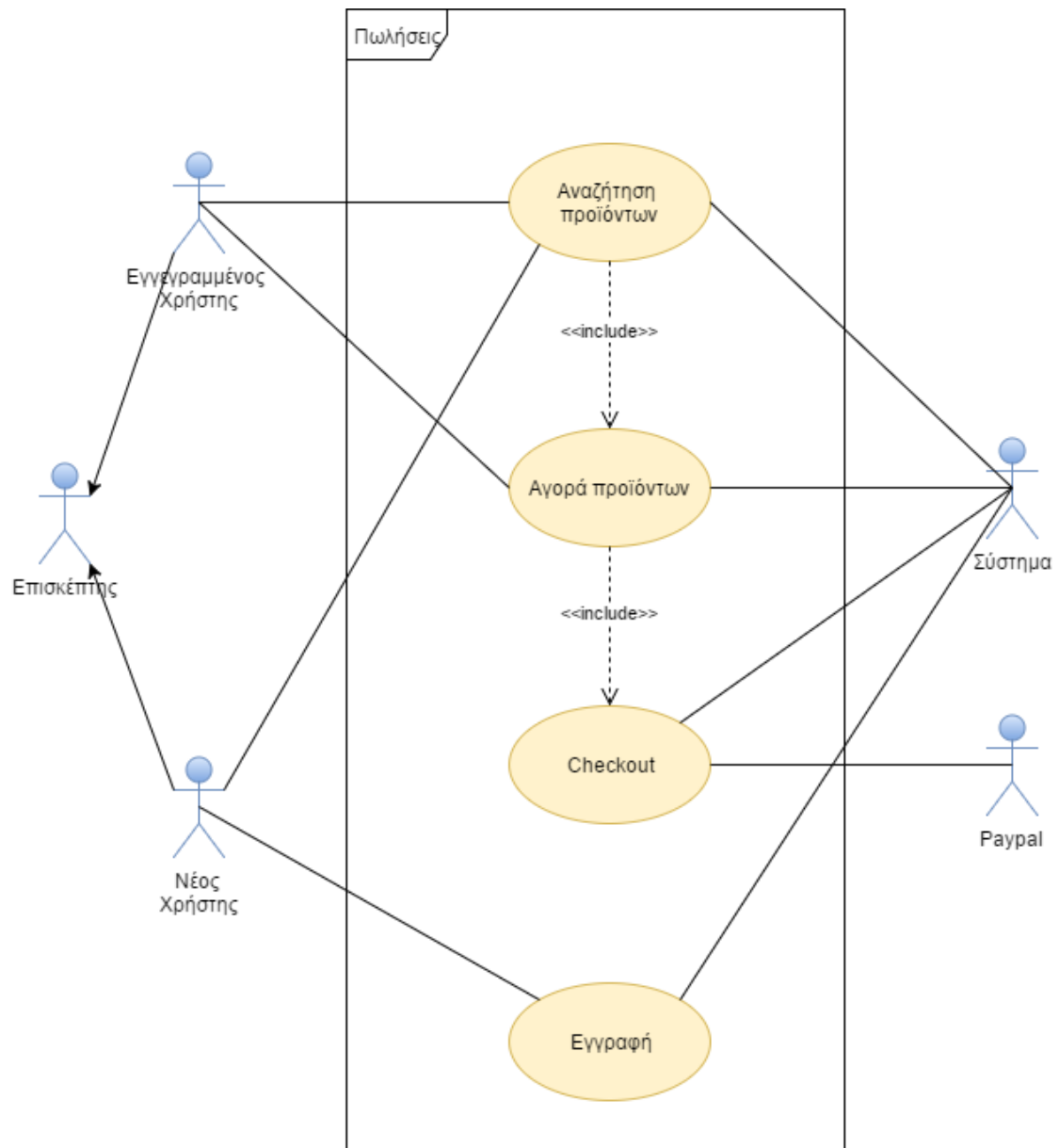
Οποιοσδήποτε μπορεί να γίνει πελάτης του e-shop ακολουθώντας μία τυπική διαδικασία εγγραφής στην οποία δίνει τα προσωπικά του στοιχεία, διεύθυνση αποστολής, όνομα χρήστη και κωδικό που επιθυμεί να έχει στο συγκεκριμένο σύστημα. Το e-shop καθορίζει και σε τιμή θα πωληθεί το κάθε προϊόν. Ένας πελάτης του e-shop μπορεί να περιηγηθεί σε αυτό μέσω της ιστοσελίδας του. Ο πελάτης μπορεί να επιλέξει ποια κατηγορία τον ενδιαφέρει και να πλοηγηθεί. Εάν ο πελάτης ενδιαφέρεται να αγοράσει ένα προϊόν προς πώληση τότε πρέπει να το προσθέσει στο καλάθι αγορών του. Για να ολοκληρωθεί η αγορά ο πελάτης πρέπει να κάνει checkout. Τη στιγμή που επιλέγει το checkout, σε περίπτωση που δεν έχει συνδεθεί με τα στοιχεία του, το σύστημα του ζητάει να συνδεθεί. Το σύστημα διατηρεί αποθηκευμένη τη διεύθυνση αποστολής που είχε δώσει ο χρήστης κατά την εγγραφή. Έτσι εάν ο πελάτης δε θέλει να αλλάξει κάποιο από αυτά τα δύο προχωράει άμεσα στην αγορά του προϊόντος. Ο πελάτης μπορεί να αγοράσει και να πληρώσει το προϊόν με έναν από τους τρόπους που διαθέτει το κατάστημα, είτε με κατάθεση στην τράπεζα, είτε με μετρητά είτε με PayPal. Επίσης μπορεί να επιλέξει και τον τρόπο αποστολής των προϊόντων. Σε περίπτωση που ο πελάτης θέλει να αλλάξει τη διεύθυνση αποστολής ή/και τα στοιχεία της πιστωτικής κάρτας, τα αλλάζει και στη συνέχεια ολοκληρώνει την αγορά του. Μετά την ολοκλήρωση της αγοράς, το e-shop στέλνει στον πελάτη ένα email στο οποίο τον ενημερώνει για τον αριθμό της παραγγελίας του, για το ποια προϊόντα περιλαμβάνει, καθώς επίσης και για την προβλεπόμενη ημερομηνία παράδοσης. Η παραγγελία σε αυτό το σημείο θεωρείται επιτυχής. Για την επιστροφή ενός προϊόντος ο πελάτης εισέρχεται στο σύστημα με τα στοιχεία του και διαλέγει την επιλογή «επιστροφές». Το σύστημα του εμφανίζει μία λίστα με όλα τα προϊόντα που έχουν αποσταλεί σε αυτόν και μπορούν να επιστραφούν.⁸

5.2 Διαγράμματα Χρήσεως

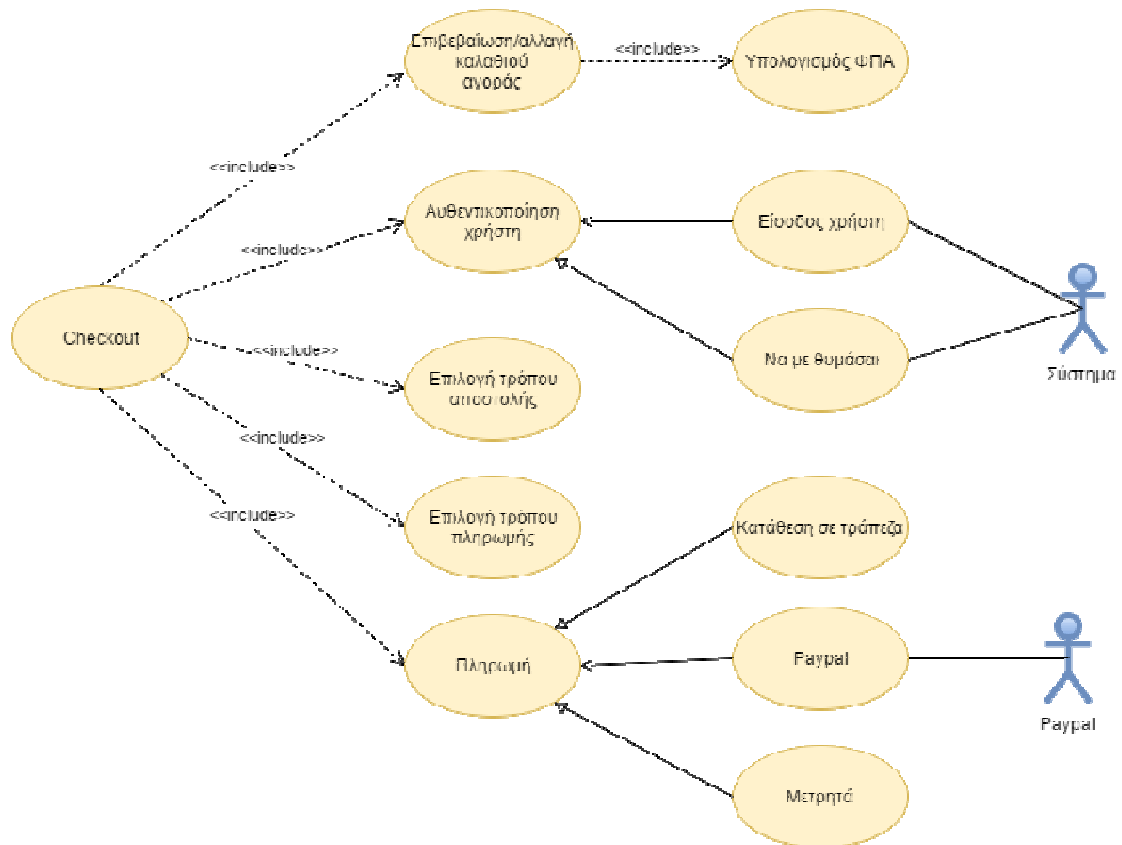
Είναι ένα σύνολο από ενέργειες που καταλήγουν σε ένα αποτέλεσμα χρήσιμο στον εξωτερικό actor. Μια περίπτωση χρήσης ενεργοποιείται από έναν actor. Προσφέρει ένα χρήσιμο αποτέλεσμα στον εξωτερικό actor και αποτελεί μια πλήρης περιγραφή. Ένα κοινό λάθος είναι η διαίρεση μιας περίπτωσης χρήσης σε μικρότερα

⁸ Πτυχιακή Εργασία των φοιτητριών Καμπουρογιάννη Σαλώμη και Ναούμη Ελένη με θέμα: «Δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος με χρήση του Συστήματος Διαχείρισης Περιεχομένου (CMS) Drupal» Μεσολόγγι 2017

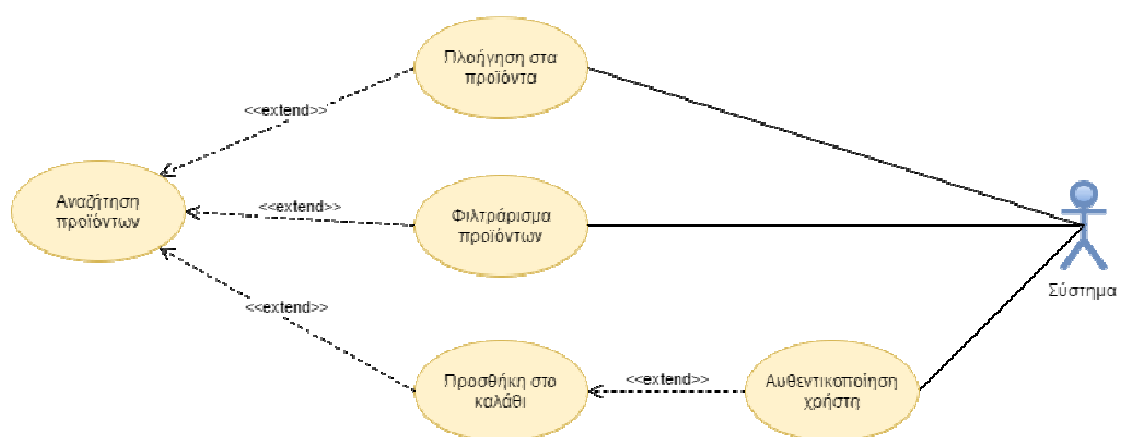
διαγράμματα των περιπτώσεων χρήσης. Είναι ένα σύνολο από ενέργειες που καταλήγουν σε ένα αποτέλεσμα χρήσιμο στον εξωτερικό actor.



Εικόνα 54: Βασικές εργασίες του χρήστη στο σύστημα



Εικόνα 27: -Τρόπος πληρωμής των προϊόντων -checkout



Εικόνα 28: Αναζήτηση και αγορά προϊόντων του χρήστη στο σύστημα

5.3 Ενδεικτικές οθόνες

Στην περιγραφή των περιπτώσεων χρήσης γίνεται αναφορά σε οθόνες του συστήματος που θα αναπτυχθεί. Η σχεδίαση αυτών των οθονών (διεπαφές χρήστη) αποτελεί τμήμα της ανάλυσης των απαιτήσεων, όπου επιχειρούμε να αγοράσουμε ένα προϊόν ηλεκτρονικά και να το προσθέσουμε στο καλάθι. Οι οθόνες αποτυπώνουν τη σχέση του τελικού χρήστη και του αναλυτή με σκοπό την αποσαφήνιση της λειτουργικότητας και τη διευκρίνιση τυχόν ασαφειών στις απαιτήσεις.

My Account

Αναζήτηση...

Σύνδεση

Όνομα χρήστη ή διεύθυνση email *

Κωδικός *

Σύνδεση Να με θυμάσαι

Χάσατε τον κωδικό σας;

Κατηγορίες Προϊόντων

Άνδρας

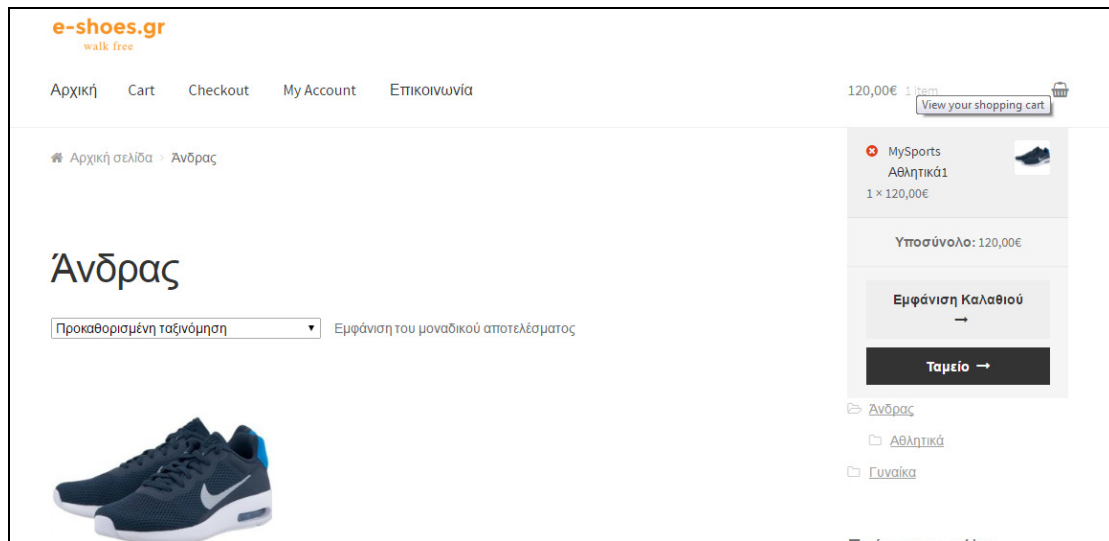
Γυναίκα

Πρόσφατα σχόλια

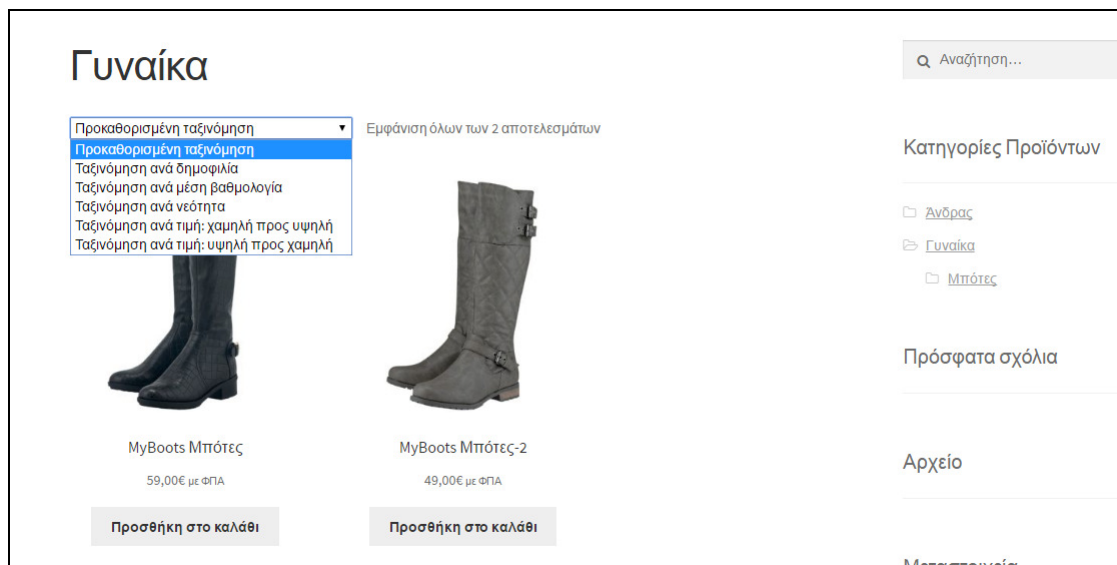
Αρχείο

Μεταστοιχεία

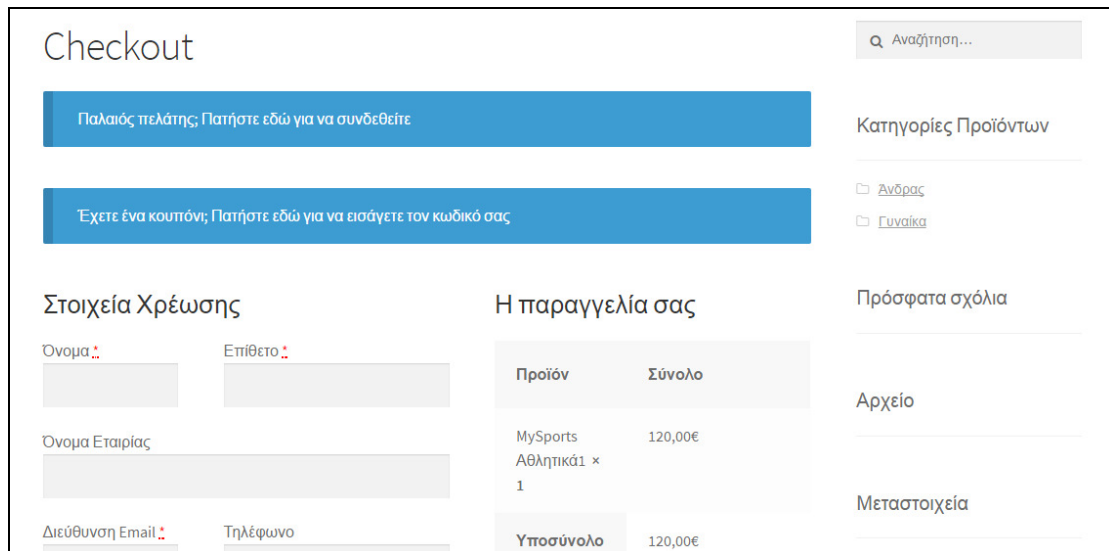
Εικόνα 29: Ενδεικτική οθόνη σύνδεσης του χρήστη ως εγγεγραμμένος πελάτης



Εικόνα 30: Ενδεικτική οθόνη για την αγορά ενός προϊόντος



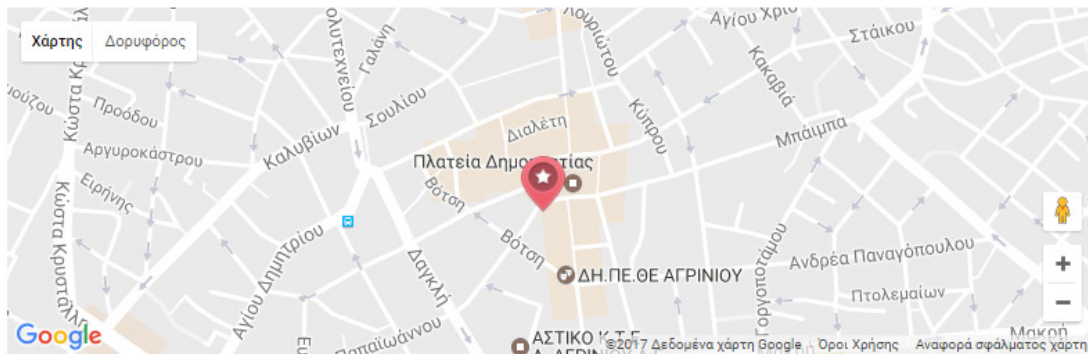
Εικόνα 31: Ενδεικτική οθόνη για την αναζήτηση ενός προϊόντος



Εικόνα 32: Ενδεικτική οθόνη για Checkout

5.4 Χάρτης ιστότοπου

Στην παρακάτω εικόνα παρουσιάζεται η θέση του e-shop.

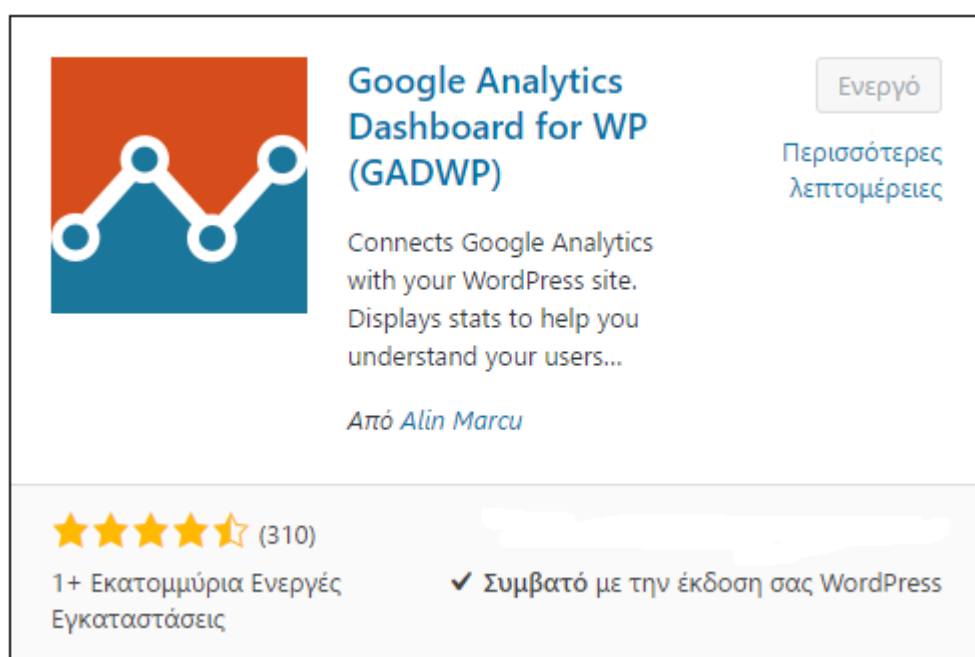


Εικόνα 33: Χάρτης Ιστοτόπου

Κεφάλαιο 6ο

6.1 Στατιστική Ανάλυση - Κίνηση Ιστοσελίδας

Για να ελέγχουμε την επισκεψιμότητα που έχει το <http://dev-e-shoes.pantheonsite.io> θα χρησιμοποιήσουμε το Google Analytics. Το Google Analytics είναι μια από τις κορυφαίες υπηρεσίες της Google, που παρέχεται δωρεάν και η οποία προσφέρει αναλυτικές πληροφορίες σχετικά με την επισκεψιμότητα μίας ιστοσελίδας. Ενδεικτικά, μέσω της συγκεκριμένης υπηρεσίας βλέπουμε το πώς οι επισκέπτες έφτασαν στην ιστοσελίδα μας, τι χρόνο διέθεσαν σε ποιες εσωτερικές σελίδες, καθώς και πολλές ακόμη πληροφορίες που μπορούν να μας βοηθήσουν κατά την βελτιστοποίηση του site. Ακόμη είναι δυνατόν να αναλύσουμε τα αποτελέσματα από πιθανές διαφημιστικές εκστρατείες που βάλουμε μέσα από αυτό. Θα σας ζητηθούν τα στοιχεία της ιστοσελίδας, δηλαδή το όνομα και η διεύθυνση, τα προσωπικά σας στοιχεία, η περιοχή και η χώρα σας. Τέλος, απαιτείται να συμφωνήσετε με τους όρους χρήσης της υπηρεσίας. Αμέσως μόλις προστεθεί η νέα ιστοσελίδα, το Analytics σας παρέχει τον κώδικα, τον οποίο καλείστε να προσθέσετε στην ιστοσελίδα σας. Η εγκατάσταση του κώδικα απαιτεί βασικές γνώσεις HTML. Εγκαθιστούμε το πρόσθετο Google Analytics Dashboard for WP.



Google Analytics Dashboard for WP (GADWP) Ενεργό

Περισσότερες λεπτομέρειες

Connects Google Analytics with your WordPress site. Displays stats to help you understand your users...

Από *Alin Marcu*

★★★★☆ (310)

1+ Εκατομμύρια Ενεργές Εγκαταστάσεις

✓ Συμβατό με την έκδοση σας WordPress

Εικόνα 55 Εγκαθιστούμε το πρόσθετο Google Analytics Dashboard for WP

Ενεργοποιούμε στον λογαριασμό μας στο Google Analytics τον ιστότοπο του καταστήματος

<https://analytics.google.com>

Διαχειριστής Ιδιοκτησία | Δημιουργία νέας ιδιότητας

Νέα ιδιότητα

Αν δημιουργήσετε μια νέα ιδιότητα, θα σας δοθεί ένα αναγνωριστικό παρακολούθησης.

Μόλις δημιουργηθεί η αρχική ιδιότητα, θα δημιουργήσουμε επίσης μια προεπιλεγμένη αναλυτική προβ παρακολούθησης. Αν θέλετε να συγκεντρώνεται μόνο ένα υποσύνολο των δεδομένων για αυτόν τον κώ πρέπει να δημιουργήσετε και να εφαρμόσετε ένα ή περισσότερα φίλτρα αναλυτικής προβολής σε αυτά

Τι θα θέλατε να παρακολουθήσετε; _____

Ιστότοπος Εφαρμογή για κινητά

Μέθοδος παρακολούθησης _____

Αυτή η ιδιότητα λειτουργεί χρησιμοποιώντας το Universal Analytics. Κάντε κλικ στην επιλογή *Λήψη αν Universal Analytics*, για να ολοκληρώσετε τη ρύθμιση.

Ρύθμιση της ιδιότητάς σας _____

Όνομα ιστότοπου

Εικόνα 56 Λογαριασμός στο Google Analytics

Λήψη αναγνωριστικού παρακολούθησης

Γυρίζουμε στη διαχείριση του καταστήματος Google Analytics | General settings
Authorize Plugin

Google Analytics Settings

Use the red link (see below) to generate and get your access code!

Use this link to get your access code: [Get Access Code](#).

Access Code:

Save Access Code

Εικόνα 57 Save Access Code

Συμπεράσματα

Η παρούσα πτυχιακή είχε σαν σκοπό, όπως αναφέραμε και στην αρχή, την θεωρητική και την πρακτική κατανόηση ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, βασισμένο στην πλατφόρμα ανοιχτού κώδικα Woocommerce CMS. Αρχικά, έγιναν αναφορές στις βασικές έννοιες του Διαδικτύου, του ηλεκτρονικού εμπορίου αλλά και των εννοιών γενικότερα που έχουν να κάνουν με την κατασκευή ιστοσελίδων. Στη συνέχεια αναλύθηκαν τόσο η δομή που χρησιμοποιήθηκε, όσο και οι εγκαταστάσεις που πραγματοποιήθηκαν, όπως ήταν αυτή της ελληνικής γλώσσας. Η εργασία ολοκληρώθηκε με την βηματική ανάλυση του ηλεκτρονικού καταστήματος

Ο χρήστης θα μπορεί να αναζητάει, να συγκρίνει και να αγοράζει οτιδήποτε χρειαστεί, ανά πάσα στιγμή. Και από τη μεριά του ιδιοκτήτη της επιχείρησης όμως, θα μπορεί να προσφέρει και να παρουσιάζει τα προϊόντα του με άμεσο και προσιτό τρόπο, ώστε να προσεγγίσει όσους περισσότερους καταναλωτές επιθυμεί.

Η κατασκευή ενός ηλεκτρονικού καταστήματος αποτελεί σήμερα μία απλή και καθόλου χρονοβόρα υπόθεση. Η διαμόρφωση και η λειτουργία του είναι σύμφωνα με τις επιθυμίες και τι ακριβώς πρέπει να εκτελεί ώστε να ικανοποιεί τις ανάγκες των χρηστών και να τους διευκολύνει. Οι γνώσεις που αποκτήθηκαν τόσο στην κατασκευή και διαχείριση μιας ιστοσελίδας όσο και στην επεξεργασία και κατανόηση κυρίως του κώδικα ήταν πολλές. Απαιτήθηκαν πολλές ώρες έρευνας, διορθώσεις και λάθη, αλλά το αποτέλεσμα, η γεύση που μένει απ όλη αυτήν την εμπειρία άξιζε τον κόπο.

Το αποτέλεσμα ήταν να δημιουργηθεί μια σελίδα ευχάριστη με πλούσιο φωτογραφικό υλικό και άκρως κατατοπιστικές πληροφορίες για να αφήσουν ευχαριστημένο και τον πιο απαιτητικό χρήστη. Δημιουργήσαμε την πρώτη μας δυναμική ιστοσελίδα με αρκετό κόπο και πολλή υπομονή καθώς και με τη βοήθεια του επιβλέποντα καθηγητή μας. Η ευχαρίστησή μας είναι μεγάλη καθώς νιώθουμε υπερήφανες έστω και αυτό το μικρό ηλεκτρονικό κατάστημα ολοκληρώνοντας έτσι με τον πιο εντυπωσιακό τρόπο την ακαδημαϊκή μας εμπειρία στο ΤΕΙ Μεσολογγίου.

Βιβλιογραφία

1. Dixon Rod (2004). *Open Source Software Law*. Artech House. p. 4. ISBN 9781580537193
2. Dr. Andreas Mauthe; Dr. Peter Thomas (2004). *Professional Content Management Systems: Handling Digital Media Assets*. John Wiley & Sons.
3. Hancock, Terry (2010). *The Jargon of Freedom: 60 Words and Phrases with Context* Free Software Magazine.
4. Jeffrey Veen (2001) – *The Art and Science of Web Design*, εκδόσεις Μ. Γκιούρδας.
5. Πτυχιακή Εργασία των φοιτητριών Σαλώμη Καμπουρογιάννη και Ελένη Ναούμη με θέμα: «*Δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος με χρήση του Συστήματος Διαχείρισης Περιεχομένου (CMS) Drupal*» Τ .Ε. Ι Δυτικής Ελλάδας, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Απρίλιος 2017
6. Πτυχιακή Εργασία του φοιτητή Γιαννικάκη Γεώργιο -Συμεών με θέμα: «*Υλοποίηση ιστοσελίδας για την προώθηση βιολογικών προϊόντων*» Τ .Ε. Ι Κρήτης, Σχολή Τεχνολογικών Εφαρμογών Τμήμα Μηχανικών Πληροφορικής.
7. Πτυχιακή Εργασία της φοιτήτριας Παρασκευής Κυριακούλη με θέμα: «*Κατασκευή onlinemagazine με την χρήση CMS πακέτου concrete5*» ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Σεπτέμβριος 2016.
8. Πτυχιακή εργασία του φοιτητή Σαρρή Ηλία με θέμα: «*Ανάπτυξη Αθλητικού Ιστότοπου για το Νομό Λακωνίας με χρήση WordPress CMS. Διασύνδεση με Κοινωνικό Δίκτυο*». ΤΕΙ Πελοποννήσου, τμήμα Τεχνολογικών Εφαρμογών , Σπάρτη 2014
9. <http://nefeli.lib.teicrete.gr> [Τελευταία ανάκτηση 20/5/2017]
10. <https://el.wikipedia.org/wiki/HTTPS> [Τελευταία ανάκτηση 25/5/2017]
11. <http://www.woothemes.com/woocommerce/> [Τελευταία ανάκτηση 25/4/2017]