

**Aktualizácia produktov a správanie sa okolia
(porovnáva e, vyhadáva e).**

MiBe ESHOP

2010

Pokyny k vykonávaniu importov, aktualizácií produktov a generovania exportov v internetovom obchode MiBe ESHOP 2010

Obsah tejto príručky a súvisiaci program sú vlastníctvom autora Milana Bednára. Toto vlastníctvo je chránené autorským zákonom číslo 618/2003.

Práva a povinnosti medzi autorom a používateľom upravuje licenčná zmluva, ktorá je dodávaná spolu s internetovým obchodom v elektronickej podobe.

Programové vybavenie môže byť použité iba v prípade súhlasu s podmienkami licenčnej zmluvy. Niektoré moduly opísané v tejto príručke nemusia byť súčasťou všetkých internetových obchodov.

Program môže byť použitý len v prípade legálneho získania.

© 2010 Milan Bednár.

Všetky práva vyhradené.

Dokumentácia, ani programy obsiahnuté v tomto balíku nesmú byť kopírované, reprodukované, prekladané alebo redukované na žiadne médium bez predozlého písomného povolenia autora.

Informácie, otázky a služby na webovej stránke

Autor vám pomôže správne použiť internetový obchod prostredníctvom dodávanej dokumentácie, ktorá je dodávaná spolu s programom.

Voď aktuálne informácie, pomôcky, dokumentáciu môžete nájsť na internetových stránkach:

Verzia MiBe ESHOP 2010

<http://www.vlastnyinternetovyobchod.sk/>

Doplnková stránka

<http://www.mibe.sk>

ÚVOD DO PROBLEMATIKY

Zmyslom tejto krátkej príručky je upozorniť administrátorov/ správcov internetových obchodov MiBe ESHOP 2009, 2010 na vzájomné prepojenie a možné spôsoby správania sa vyhadávacích, porovnávacích cien a iných strán internetu.

Celá problematika sa týka identifikácie vzťahov produktov v internetovom obchode.

Aby táto problematika bola lepšie pochopená, uvediem príklad z reálneho života:

Firma X zamestnáva 15 zamestnancov. Každý zamestnanec má svoje osobné číslo (ID) 1 až 15, pod ktorým je identifikovaný v jednotlivých oddeleniach podniku. Napríklad personálne oddelenie, v ktorom personalistka má jednotlivé karty označené osobným číslom a nie menom a priezviskom zamestnanca. Každá karta obsahuje podrobné informácie o zamestnancovi.

V roku 2009 sa rozhodla firma prijať 100 nových zamestnancov. Každému novému zamestnancovi personalistka vytvorila novú kartu a priradila mu nové osobné číslo 16 až 115.

V tom istom roku firma prepustila 3 starých zamestnancov s osobným číslom 1, 2 a 3. Personalistka do kariet 1, 2 a 3 si poznamenala, že sa jedná o neaktuálnych zamestnancov, ale karty si nechala pre prípadne budúce použitie (napríklad pre potreby sociálnej poisťovne, zamestnanec sa môže vrátiť a podobne).

V roku 2010 sa firma rozhodla prijať 5 nových zamestnancov. Personalistka im opäť vytvorila nové karty a pridela osobné číslo 116 až 120.

Z príkladu viem jednoznačne určiť:

1. Každý zamestnanec má svoje jediné osobné číslo ID, pod ktorým je identifikovaný pre jednotlivé oddelenia podniku
2. Každý nový zamestnanec získava nové osobné číslo, ktoré ešte nebolo nikomu pridelené
3. Zamestnanec, ktorý z firmy odchádza, ostáva vo firme stále identifikovaný pod pôvodným osobným číslom a v prípade, že sa o niekoľko rokov vráti späť do firmy, získava staré osobné číslo.

Z príkladu môžeme povedať, že firma v tom má dokonalý poriadok a ak o 10 rokov bude riadiť šéfa informácie o zamestnancovi s osobným číslom ID 5, personalistka mu donesie kartu s číslom 5, ktorá patrila vždy tomu istému zamestnancovi.

Iná situácia nastane, ak personalistka každý mesiac pridelí každému zamestnancovi iné osobné číslo. Vo firme vzniká chaos, pretože zamestnanec s číslom 5 má zrazu číslo 120, zamestnanec s číslom 120 má číslo 8 a podobne.

Riadiť, ktorý o 10 rokov bude šéfa informácie o zamestnancovi s osobným číslom 5 sa nikdy nedostane k správnej karte.

o z tohto príkladu vyplýva pre nás ako správcov obchodu ?

Vo vzťahu internetovom obchode sú produkty takticky identifikované prostredníctvom jedinečného čísla ID, ktoré sa produktu pridať automaticky pri jeho vložení do databázy.

Pod týmto íslom je produkt identifikovaný vo vyh adáva och, porovnáva och cien a podobne.

Príklad z poh adu internetového obchodu:

Firma X prevádzkuje internetový obchod B.sk. Firma obchod za ala prevádzkova pred mesiacom a do istého internetového obchodu si naimportovala produkty od dodávate a C.

Pri prvom importe ka0dý produkt bol do databázy vlo0ený pod jedine ným íslom ID, pod ktorým je aj identifikovate ný.

Správca obchodu si po importe vytvoril sitemap súbory a vygeneroval feed pre porovnáva cien, napríklad www.pricemania.sk.

V oboch súboroch sú produkty identifikovate né pod a ID napríklad:

ID	Produktu
12	LCD Monitor
35	Notebook HP 4515x

Cez google h adá potencionálny zákazník produkt Notebook HP 4515x. Vo výpisoch nájde stránku firmy X, ktorú sa potencionálny zákazník rozhodne navštívi . Klikne teda na odkaz a google ho presmeruje na stránku s ID 35. Internetový obchod pod íslom 35 identifikuje ako produkt v databáze sNotebook HP 4515x%a ponúkne návztevníkovi podrobné informácie.

Vzетка je teda v poriadku a0 pokia sa správca nerozhodol, 0e do internetového obchodu naimportuje nový aktuálny cenník dodávate a C.

Správca obchodu vymazal vzetky doteraz vlo0ené produkty a naimportoval nový cenník.

o sa stalo ? Správca vymazal vzetky produkty a tým vymazal previazanos ID s produktom.

Po novom importe sa do databázy vlo0ili na novo produkty a boli im pridelené nové ID ísla :

ID	Produktu
85	LCD Monitor
321	Notebook HP 4515x

Medzi tým alzí návztevník h adá na google tie0 produkt sNotebook HP 4515x%a nachádza tie0 odkaz na internetový obchod firmy X. . Klikne teda na odkaz a google ho presmeruje na stránku s ID 35. Google má v indexoch ulo0ené, 0e sNotebook HP 4515x%a má íslo 35.

Internetový obchod pod íslom 35 identifikuje ako produkt v databáze ale úplne iný produkt, preto0e v internetovom obchode sa vymazali pôvodné ID produktov.

Návztevníkovi tak ponúkne informácie o inom produkte, ako pôvodne chcel.

Podobná situácia nastáva aj v porovnáva och cien. Zákazník si klikne na najni0ziu cenu produktu s ID 35 a po presmerovaní do Vázho obchodu sa mu na ítava úplne iný produkt.

o sa stalo ?

Celý problém vznikol vtedy, ke správca obchodu sa rozhodol aktualizova ceny a vymazal pôvodné produkty.

Je dôležité, aby správca internetového obchodu v nepotrebných prípadoch namazal výetky produkty a neimportoval ich na isto !

Všetky importy dodávateľov fungujú takto:

1. pri zahájení importu sa skryjú v obchode všetky produkty od dodávateľa, ktorého ideme importovať,
2. načítajú sa informácie o vkladaných produktoch,
3. na základe kódu produktu systém vyhodnotí, či sa produkt nachádza v obchode,
4. ak sa produkt nachádza, zaktualizuje jeho údaje (názov, cena, sklad, popis) a odkryje ho v obchode,
5. ak produkt neexistuje, vytvorí sa v obchode a bude mu priradené nové číslo ID.

Produkty, ktoré u0 neboli v cenníku ostávajú skryté v obchode. V prípade, keď by sa návštevník dostal do detailu takéhoto produktu, zobrazí sa mu informácia, že produkt u0 nie je v ponuke.

Neexistuje preto dôvod, prečo by pred importom mali byť zmazané jednotlivé produkty.

V prípade, že ste nútený vymazať všetky produkty (napríklad z dôvodu zmeny dodávateľa), je dôležité, aby ste o týchto zmenách informovali iné zainteresované strany a porovnávali ceny.

V nových verziách MiBe ESHOP 2010 bola v importoch zakázaná možnosť vymazania produktov. Vymazanie produktov je možné realizovať len cez masové položky a kategórie s tlačítkom **Del**.