

Tutoriel PrestaShop pour l'épreuve pratique E5B du BTS NDRC

À l'épreuve pratique E5B sur une boutique PrestaShop, vous travaillez dans le back-office : créer un produit, lancer une promotion, créer un groupe de clients, traiter une commande ou une réclamation, configurer un module. Pour chaque tâche, ce tutoriel donne le chemin dans les menus, les champs à remplir et ce que l'examineur regarde. Il suit la liste des fonctionnalités publiée avec la circulaire nationale et se termine par un sujet type et d'autres exemples de consignes.

Point d'actualité 2026 : PrestaShop à l'épreuve E5B

- **Versions** : PrestaShop 9.0 est sorti en juin 2025 (9.0.2 en décembre 2025), puis 9.1 en mars 2026 et 9.2 en septembre 2026. En 9, la nouvelle page produit (onglets Description, Détails, Stocks, Livraison, Prix, Référencement - SEO, Options) est la seule disponible, et la page des transporteurs passe à trois onglets.
- **À l'épreuve** : d'après l'annexe VI-2 des circulaires, la boutique tournait en 2024 sous PrestaShop 1.7.7.8 avec le thème Classic, et en 2025 dans la version disponible au 1er janvier ; pour 2027, voyez l'annexe VI-2 de la circulaire 2026. Ce tutoriel suit PrestaShop 9 et le thème Classic ; depuis la 9.1, une installation neuve prend le thème Hummingbird. Les écrans changent un peu d'une version à l'autre, pas les fonctions : repérez-vous par le menu.
- **Circulaire 2026** : la liste des fonctionnalités PrestaShop est la même qu'en 2024 ; aucune ne demande d'installer un module : on active, on désactive et on configure ceux qui sont présents.

Ce que l'épreuve E5B attend sur une boutique PrestaShop

- **40 minutes sur poste informatique, sans temps de préparation**, sous le regard d'un examinateur qui peut suivre plusieurs candidats en même temps et **ne pose aucune question pendant les 40 minutes** : seul compte ce que vous produisez sur le site.
- Un **contexte digital national** : une entreprise fictive, son site WordPress et sa boutique PrestaShop (thème Classic jusqu'en 2025) ; chaque candidat reçoit un sujet sur l'un des deux outils. Pendant l'épreuve, Internet est limité au site du sujet.
- Des **questions indépendantes**, qui mêlent rédaction et technique. La première compte toujours pour **10 points sur 20** : le plus souvent, créer une fiche produit complète à partir d'une annexe. Si une question bloque, passez à la suivante et revenez-y ensuite, et gardez quelques minutes pour vérifier sur la boutique que tout est en ligne.
- Une note sur 20, posée à partir d'une grille propre au sujet et de **huit critères** : qualité des contenus, référencement, cohérence des outils et des contenus, actualisation, suivi des publications et contrôle de l'image, actions pour développer les ventes, qualité de l'assistance et réglementation, indicateurs.

Les fonctionnalités que le sujet peut mobiliser sont listées en annexe de la circulaire nationale (liste identique depuis 2024). Le tableau ci-dessous les regroupe et renvoie aux sections du tutoriel.

Famille	Ce qu'on peut vous demander	Section
Produits	Créer et gérer un produit, le mettre en ligne, le rattacher à une catégorie ; créer une catégorie et une sous-catégorie ; insérer des liens ; déclinaisons, attributs et caractéristiques, impacts sur le prix HT et TTC ; pack ; produits associés ; personnalisation par le client ; image de couverture, légende ; stocks ; marque	Produit , Déclinaisons , Catégories
Promotions	Promotions catalogue, panier et prix spécifique	Promotions
Clients et commandes	Créer et gérer un client, un groupe de clients, une commande ; retours et avoirs ; conditions de retour	Clients , Commandes
SAV	Traiter les messages et les réclamations ; messages prédéfinis	SAV
Livraison et paiement	Créer et gérer un transporteur ; module de paiement par chèque	Livraison , Modules
Apparence et modules	Positions des blocs de la page d'accueil ; produits phares ; durée des nouveaux produits ; liens du pied de page ; carrousel, menu principal, bloc texte, réassurance, partage sur les réseaux sociaux, commentaires produits	Modules
Navigation et référencement	Passer du back-office à la boutique ; alias de recherche ; mot clé, balise titre, meta description	Référencement
Utilisateurs	Créer un collaborateur, lui affecter un profil, modifier un profil, régler les permissions	Équipe

À l'épreuve

Gardez la boutique ouverte dans un second onglet (lien « Voir ma boutique » en haut du back-office) et rechargez-la après chaque modification : l'examineur peut contrôler ce que voit le client. Un produit hors ligne ou une règle désactivée risque de ne rien rapporter. Si la boutique n'affiche pas une modification, videz le cache : Paramètres avancés > Performances, bouton « Vider le cache ».

Se repérer dans le back-office

Le back-office s'ouvre à une adresse propre à la boutique (le dossier d'administration porte un nom secret), avec l'adresse e-mail et le mot de passe fournis. Le **tableau de bord** affiche, pour la période choisie, les ventes, les commandes, le panier moyen, les visites et le taux de transformation. Le menu de gauche regroupe les fonctions en trois familles : vendre, personnaliser, configurer.

Capture 1. Le tableau de bord : les menus à gauche, l'activité et les dernières commandes au centre :

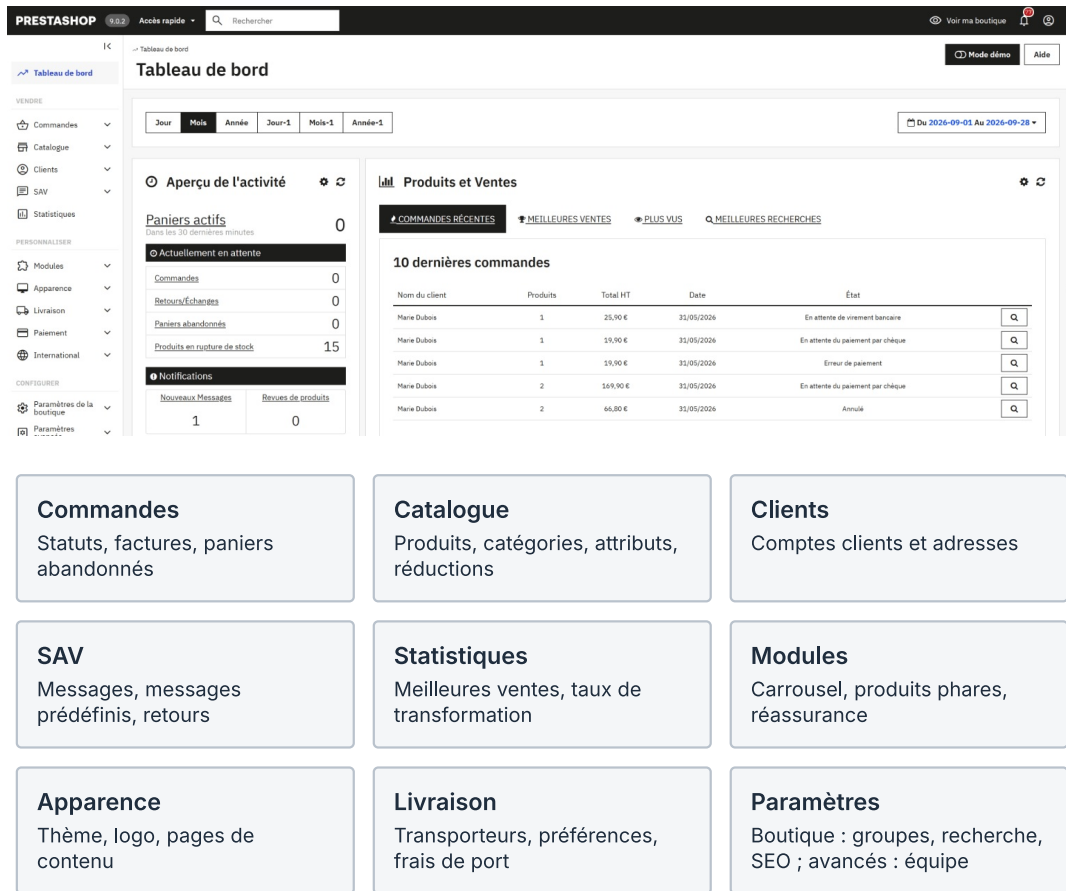


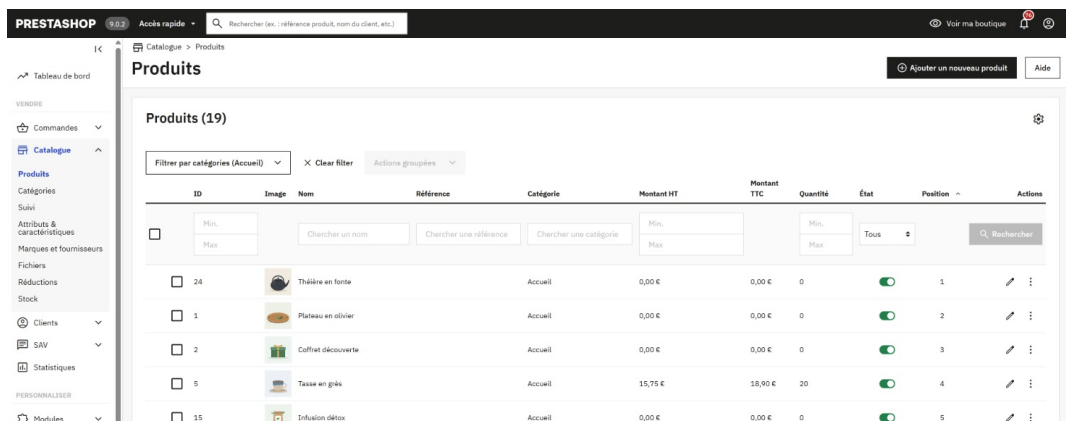
Schéma 1. Les principaux menus du back-office de PrestaShop.

La loupe en haut de l'écran cherche un produit, une commande ou un client par son nom, sa référence ou son e-mail : c'est souvent le chemin le plus court.

Créer un produit

Chemin : Catalogue > Produits > Ajouter un nouveau produit

Capture 2. Catalogue > Produits : la liste des produits et le bouton « Ajouter un nouveau produit » :



Le bouton « Ajouter un nouveau produit » ouvre une fenêtre qui demande le **type de produit** : produit standard, produit avec déclinaisons, pack de produits ou produit dématérialisé. La fiche s'ouvre ensuite : en haut, le nom du produit, son image de couverture et l'interrupteur « Hors ligne / En ligne » ; au-dessous, les onglets ; en bas, le bouton « Enregistrer », qui devient « Enregistrer et publier » quand le produit est en ligne.

Capture 3. Le choix du type : produit standard, avec déclinaisons, pack de produits ou produit dématérialisé :

Produit standard

Produit avec déclinaisons

Pack de produits

Produit dématérialisé

→ Un produit matériel qui doit être expédié.

Ajouter un nouveau produit

Onglet	Champs à remplir	Conseil
Description	Images (glisser-déposer), récapitulatif, description, catégories (« Choisir les catégories », puis « Catégorie par défaut »), marque, produits associés	Le récapitulatif donne l'avantage client en deux lignes ; un clic sur une image ouvre « Gérer les images » : légende, image de couverture
Détails	Références (référence, GTIN-EAN), caractéristiques, documents joints, état, personnalisation	La référence sert aux recherches et aux commandes
Stocks	Quantité (« Ajouter ou soustraire des éléments »), quantité minimale pour la vente, comportement en cas de rupture, libellés de disponibilité	Devient « Déclinaisons » ou « Pack » selon le type de produit
Livraison	Dimensions du paquet (largeur, hauteur, profondeur, poids), délai de livraison, frais de port supplémentaires, transporteurs disponibles	Le poids sert au calcul des frais de port
Prix	Prix de vente (HT), règle de taxe, prix de vente (TTC), prix de vente unitaire (HT), prix d'achat (HT), prix spécifiques	Le prix TTC se calcule à partir du prix HT et de la règle de taxe ; le récapitulatif affiche la marge
Référencement - SEO	Balise titre, meta description, URL simplifiée, mots-clés	Mot-clé dans la balise titre, la meta description et l'URL ; URL courte (« Générer l'URL depuis le nom »)
Options	Visibilité (partout, catalogue, recherche, nulle part), disponible à la vente, afficher le prix	Visibilité « Partout » pour qu'il apparaisse dans le catalogue et la recherche

Capture 4. La fiche produit, onglet Description : images, récapitulatif, description et catégories :

Article

15,75 € HT 18,90 € TTC (règles de taxes : 20%) 20 en stock

Tasse en grès

Produit standard En ligne

Description Détails Stocks Livraison Prix Référencement - SEO Options

Image de couverture

Récapitulatif

Description

Catégories



Schéma 2. Les six étapes de la création d'un produit.

Règle de taxe dans PrestaShop	Taux de TVA	Produits concernés
FR Taux standard (20%)	20 %	Cas général : vêtements, objets, cosmétiques, boissons alcoolisées
FR Taux réduit (10%)	10 %	Restauration sur place, certains services
FR Taux réduit (5.5%)	5,5 %	Produits alimentaires, livres
FR Taux super réduit (2.1%)	2,1 %	Presse, médicaments remboursables

PrestaShop calcule le prix TTC : $\text{prix TTC} = \text{prix HT} \times ((100 + \text{taux de TVA}) \div 100)$. Au taux normal de 20 % (règle « FR Taux standard (20%) ») : $15,75 \text{ € HT} \times 1,20 = 18,90 \text{ € TTC}$; pour un produit alimentaire, à 5,5 % : $32,50 \text{ € HT} \times 1,055 = 34,29 \text{ € TTC}$.

Capture 5. Onglet Prix : prix de vente HT + règle de taxe = prix TTC ; prix d'achat et marge en dessous :

The screenshot shows the 'Prix' tab in PrestaShop. At the top, the product name 'Tasse en grès' is visible. Below it, the 'Prix de vente' section shows a calculation: 15,750000 € HT + FR Taux standard (20%) = 18,900000 € TTC. The 'Prix d'achat' section shows 7,000000 € HT. The 'Récapitulatif' section shows: 15,75 € HT, 8,75 € marge, 18,90 € TTC, 55,56% taux de marge, and Prix d'achat : 7,00 €.

Attention

Dans le récapitulatif de l'onglet Prix, le « taux de marge » affiché par PrestaShop est calculé sur le prix de vente HT : $8,75 \text{ € de marge} \div 15,75 \text{ €} \times 100 = 55,56 \%$. C'est en réalité le **taux de marque**. Le **taux de marge** se calcule sur le prix d'achat HT : $8,75 \div 7,00 \times 100 = 125 \%$.

Pack de produits : choisir le type « Pack de produits » à la création ; l'onglet Pack permet d'ajouter les produits du lot et leurs quantités, et le prix du pack se fixe dans l'onglet Prix. **Produits associés** (« vous aimerez aussi ») : onglet Description, rubrique « Produits associés », rechercher le produit à lier. **Personnalisation** par le client (gravure, message) : onglet Détails, « Ajouter un champ de personnalisation » (texte ou fichier, obligatoire ou non).

À l'épreuve

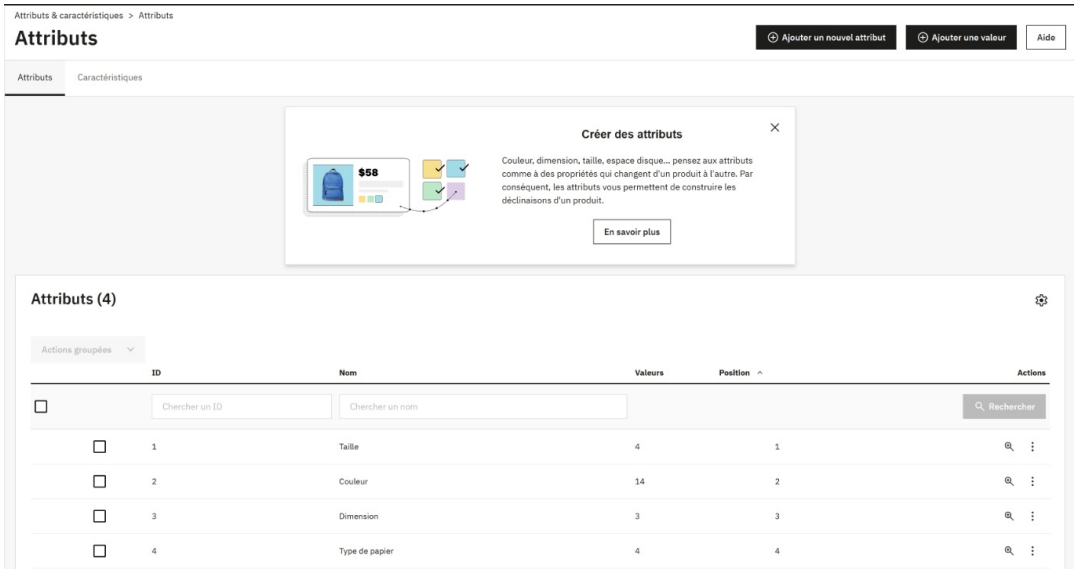
Une fiche produit est jugée comme un texte de vente : un nom clair, un récapitulatif qui donne envie (avantage principal), une description structurée (contenu, usages, avantages, conseils), des informations exactes (prix, taxe, quantité, poids), des images avec leur légende, la bonne catégorie par défaut, une balise titre et une meta description, et un produit **en ligne**.

Déclinaisons, attributs et caractéristiques

Une **déclinaison** est une variante du même produit (huile d'olive en 25 cl, 50 cl et 1 L) avec sa quantité, sa référence et, si besoin, son supplément de prix ; elle se construit à partir d'un **attribut** (contenance, taille, couleur). Une **caractéristique** décrit le produit sans créer de variante (origine, label).

1. Créer l'**attribut** et ses **valeurs** : Catalogue > Attributs & caractéristiques, onglet Attributs, « Ajouter un nouvel attribut » (nom « Contenance », nom public, type « Liste déroulante »), puis « Ajouter une valeur » pour 25 cl, 50 cl et 1 L.
2. Créer le produit en choisissant le type « Produit avec déclinaisons » : l'onglet **Déclinaisons** remplace l'onglet Stocks.
3. Cliquer sur « Générer déclinaisons », cocher les valeurs voulues, puis « Générer 3 déclinaisons ».
4. Dans la liste, pour chaque déclinaison : **impact sur le prix** (HT) et quantité ; « Modifier » ouvre la déclinaison (référence, image, impact sur le prix TTC) ; cocher la **déclinaison par défaut**.
5. Enregistrer et contrôler la fiche sur la boutique. Les **caractéristiques** (onglet Caractéristiques du même menu, puis onglet Détails du produit) se créent de la même façon.

Capture 6. Catalogue > Attributs & caractéristiques : les attributs (taille, couleur...) servent à construire les déclinaisons :



À l'épreuve
Vérifiez sur la fiche du site que le client choisit bien la contenance et que le prix change avec elle ; la liste des déclinaisons affiche l'impact sur le prix hors taxes ; un supplément donné TTC se saisit dans « Modifier » ou se ramène en HT : $7,20 \text{ € TTC} \div 1,20 = 6 \text{ € HT}$ au taux de 20 % ($6,33 \text{ € TTC} \div 1,055 = 6 \text{ € HT}$ pour l'huile d'olive, à 5,5 %).

Catégories, marques et stocks

Chemin : Catalogue > Catégories > Ajouter une catégorie

1. Saisir le **nom**, choisir la **catégorie parente** (« Accueil » pour une catégorie de premier niveau, une autre catégorie pour une sous-catégorie), rédiger la **description** (elle s'affiche en tête de la catégorie sur le site).
2. Ajouter l'image de couverture, puis renseigner la balise titre, la meta description et l'URL simplifiée.
3. Laisser la catégorie affichée et enregistrer ; pour la faire apparaître dans le menu du site, configurer le module Menu principal (voir [Modules](#)).

Un produit se rattache à ses catégories dans sa fiche, onglet Description : « Choisir les catégories », cocher les catégories, puis choisir la **catégorie par défaut** (la catégorie principale du produit). Les **marques** se créent dans Catalogue > Marques et fournisseurs, onglet Marques (nom, logo, description), puis se choisissent dans la fiche produit.

Stocks : la quantité d'un produit se modifie dans sa fiche (onglet Stocks : « Ajouter ou soustraire des éléments ») ; Catalogue > Stock affiche toutes les quantités et les mouvements de stock, avec filtres par catégorie ou fournisseur. Le comportement en cas de rupture (refuser ou accepter les commandes) se règle produit par produit.

Promotions : prix spécifique, règle de prix catalogue, règle panier

Trois outils, selon ce qui est en promotion : un produit, un ensemble de produits ou le panier.

Prix spécifique Un produit	Règle de prix catalogue Un ensemble	Règle panier Le panier
• Onglet Prix du produit • Remise sur ce seul produit • Durée, quantité minimale • Client ou groupe ciblé	• Catalogue, Réductions • Catégorie, marque, fournisseur • Prix barré affiché • Sans code à saisir	• Catalogue, Réductions • Code promo ou automatique • Montant minimum, dates • Remise, port offert, cadeau

Schéma 3. Choisir l'outil de promotion selon sa cible.

Prix spécifique (un produit) : dans la fiche produit, onglet Prix, bouton « Ajouter un prix spécifique » : à quoi il s'applique (toutes les déclinaisons ou une seule), les conditions (devise, pays, groupe, client, nombre minimal d'unités achetées), la durée (illimitée ou du... au...), puis l'impact sur le prix : une remise sur le prix initial (montant ou pourcentage) ou un prix fixé.

Règle de prix catalogue (un ensemble) : Catalogue > Réductions > Règles de prix catalogue > « Ajouter une règle de prix catalogue » : nom, devise, pays, groupe, « À partir de la quantité », dates « Du » et « Au », type de réduction (montant ou pourcentage), réduction HT ou TTC et valeur ; puis « Ajouter un nouveau groupe de conditions » et choisir la catégorie, la marque, le fournisseur, l'attribut ou la caractéristique concernés (« Ajouter la condition »).

Règle panier (le panier, avec ou sans code) :

Chemin : Catalogue > Réductions > Règles panier > Ajouter une règle panier

Onglet	Champs	À retenir
Informations	Nom (vu par le client), description, code (bouton « Générer »), mettre en avant, utilisation partielle, priorité, état	Sans code, la règle s'applique automatiquement dès que les conditions sont remplies
Conditions	Limiter à un seul client ; validité (du... au...) ; montant minimum (HT ou TTC, frais de port inclus ou non) ; quantité totale disponible ; quantité disponible pour chaque utilisateur ; restrictions (pays, transporteurs, groupes de clients, compatibilité avec les autres règles, sélection de produits)	Une utilisation par client : « Quantité disponible pour chaque utilisateur » = 1 ; « Quantité totale disponible » vaut 1 par défaut : augmentez-la
Actions	Livraison gratuite ; appliquer une réduction (pourcentage ou montant) à la commande hors frais de port, à un produit, au produit le moins cher ou aux produits sélectionnés ; exclure les produits en promotion ; envoyer un cadeau	Enregistrer, puis tester le code dans un panier

Capture 7. Règle panier, onglet Informations : nom, description, code, mise en avant, priorité, état :

Règles panier

Aide

Règles panierRègles de prix catalogue

Règle Panier

InformationsConditionsActions

Nom

Description

Code

Générer

Attention ! Si vous ne remplissez pas ce champ, la réduction s'appliquera automatiquement aux clients concernés.

Mettre en avant

Utilisation partielle

Priorité

État

Annuler

Enregistrer et rester

Enregistrer

Capture 8. Onglet Conditions : client, dates de validité, montant minimum, quantités et restrictions :

Règle Panier

InformationsConditionsActions

Limité à un seul client

Valable

Montant minimum

Quantité totale disponible

Quantité disponible pour chaque utilisateur

Restrictions

Capture 9. Onglet Actions : livraison gratuite, réduction en pourcentage ou en montant, exclusion des produits en promotion, cadeau :

Règle Panier

InformationsConditionsActions

Livraison gratuite

Appliquer une réduction

Exclure les produits en promotion

Envoyer un cadeau

Annuler

Enregistrer et rester

Enregistrer

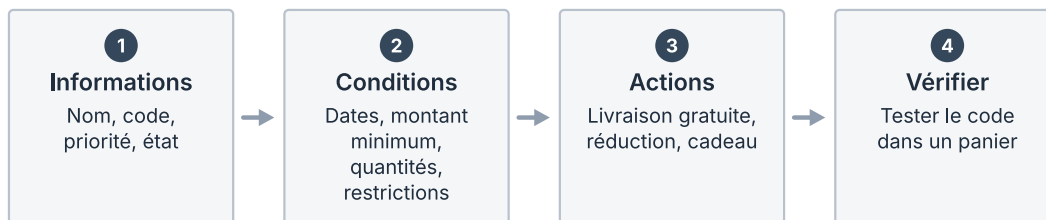


Schéma 4. Les quatre étapes de la création d'une règle panier.

À l'épreuve

Relisez chaque condition de la consigne (dates, montant minimum, une utilisation par client, groupe concerné, cumul avec d'autres promotions) puis testez le code dans un panier sur le site : c'est la meilleure preuve que la règle fonctionne.

Clients et groupes de clients

Chemin : Clients > Clients > Ajouter un nouveau client

Titre, prénom, nom, e-mail, mot de passe, date de naissance, compte activé, offres partenaires (seulement avec l'accord du client), **accès des groupes** et **groupe de clients par défaut** ; pour un professionnel (mode B2B activé), société et SIRET. L'adresse se crée ensuite dans Clients > Adresses.

Chemin : Paramètres de la boutique > Clients > Groupes > Ajouter un groupe de clients

Nom du groupe, **remise** en pourcentage (appliquée à tous les produits), **affichage des prix** HT ou TTC, affichage ou non des prix, réduction sur une catégorie, modules autorisés. On rattache ensuite le client dans sa fiche (accès des groupes et groupe de clients par défaut). Les groupes par défaut s'appellent Visiteur, Invité et Client.

Capture 10. Ajouter un groupe de clients : nom, remise en %, affichage des prix HT ou TTC :

Interface d'ajout d'un groupe de clients :

- Nom :
- Remise : %
- Affichage des prix :
- Afficher les prix : ☒ Oui

Annuler Enregistrer

À l'épreuve

Un groupe de clients professionnels sert à afficher des prix hors taxes et une remise permanente ; vérifiez que le client est bien rattaché au groupe (accès et groupe par défaut).

Commandes, retours et avoirs

Chemin : Commandes > Commandes

- Ouvrir la commande depuis la liste (filtres par référence, client, état, date).
- Changer l'**état** de la commande dans la liste déroulante, puis « Mettre à jour l'état » : le client reçoit l'e-mail correspondant.
- Dans le bloc de livraison, modifier la ligne du transporteur pour saisir le **numéro de suivi** du colis ; le client reçoit le lien de suivi.
- Écrire au client dans le bloc Messages (message prédéfini ou personnalisé, visible ou non par le client).
- Télécharger la facture ou le bon de livraison.

Capture 11. Le détail d'une commande : la liste des états et « Mettre à jour l'état » en haut, les produits, le client ; le numéro de suivi se saisit dans l'onglet Transporteurs :

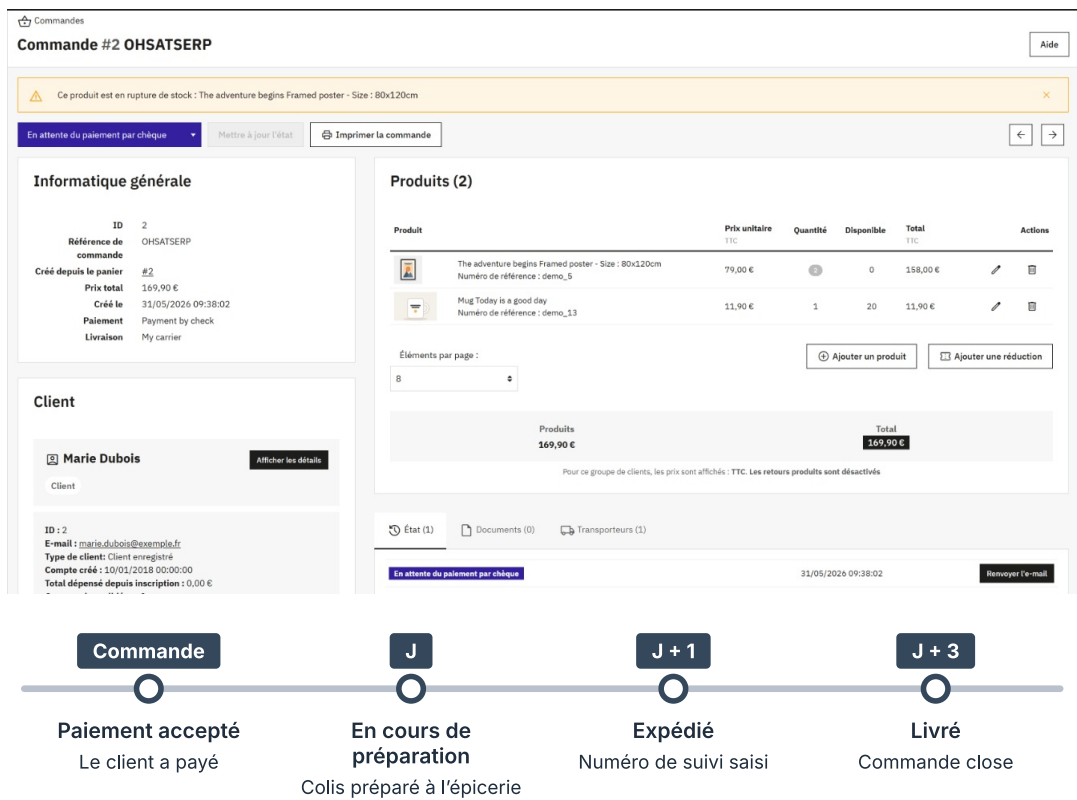


Schéma 5. Les statuts successifs d'une commande.

Créer une commande pour un client (commande par téléphone) : Commandes > Commandes > « Ajouter une commande », rechercher le client, ajouter les produits, choisir l'adresse, le transporteur, le moyen de paiement et l'état de la commande, puis « Créer une commande ».

Retours et avoirs : les conditions de retour se règlent dans SAV > Retours produits (activer les retours, délai en jours). Dans une commande payée, « Remboursement partiel », « Remboursement standard » (avant livraison) ou « Retourner les produits » (après livraison, retours activés) rembourse tout ou partie des produits. La case « Générer un avoir » crée un **avoir** (document de remboursement, retrouvé dans Commandes > Avoirs) ; « Générer un bon de réduction » donne plutôt un bon d'achat pour une prochaine commande.

Paniers abandonnés : Commandes > Paniers liste les paniers, avec ou sans commande. Un panier sans commande d'un client identifié est une vente à relancer : message personnalisé, code de réduction limité à ce client et dans le temps.

Le service client (SAV)

Chemin : SAV > SAV

Chaque message ouvre une discussion avec son état : Ouvert, Terminé, En attente 1 ou 2. On répond dans la discussion ; la réponse part par e-mail et reste dans l'historique du client. Les **messages prédéfinis** (SAV > Messages prédéfinis : un nom et un texte type) se choisissent ensuite dans une commande pour répondre vite aux cas fréquents : retard, rupture, retour.

À l'épreuve

Une réponse à un client mécontent suit cinq étapes : remercier, reconnaître, expliquer en une phrase, proposer une solution datée, signer. Elle reprend le numéro de commande et annonce la suite (suivi du colis, remboursement, geste commercial).

Transporteurs et frais de port

Chemin : Livraison > Transporteurs > Créer un transporteur

Onglet	Champs	Exemple
Paramètres généraux	Nom du transporteur, délai de livraison, activé, vitesse, logo, URL de suivi, accès des groupes	« Colissimo », « Livré en 48 h »
Destinations d'expédition et coûts	Zones, livraison gratuite, taxes, coûts de manutention, frais selon le prix total ou le poids total, comportement hors des fourchettes, fourchettes et prix hors taxes par zone	De 0 à 2 kg : 6,90 € ; de 2 à 5 kg : 9,90 €
Dimensions et poids	Largeur, hauteur, profondeur et poids maximal des colis (0 = sans limite)	30 kg maximum

Capture 12. Livraison > Transporteurs : délai, état et livraison gratuite de chaque transporteur :

Livraison > Transporteurs

Transporteurs

Créer un transporteur

Aide

Transporteurs (4)

Actions groupées

ID	Nom	Logo	Délai	État	Livraison gratuite	Position	Actions
☐	Chercher un ID	Chercher un nom		Tous	Tous		Rechercher
☐	1	Click and collect	Retrait en magasin	☒	☒	1	éditer supprimer
☐	2	My carrier	Livraison le lendemain !	☒	☐	2	éditer supprimer
☐	3	My cheap carrier	Achetez plus vous paierez moins !	☐	☐	3	éditer supprimer
☐	4	My light carrier	Panier léger, prix allégé !	☐	☐	4	éditer supprimer

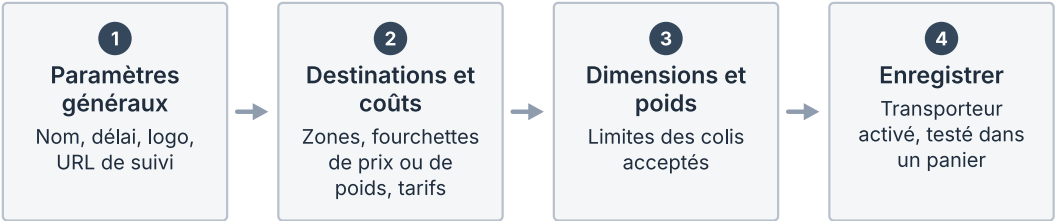


Schéma 6. Les quatre étapes de la création d'un transporteur.

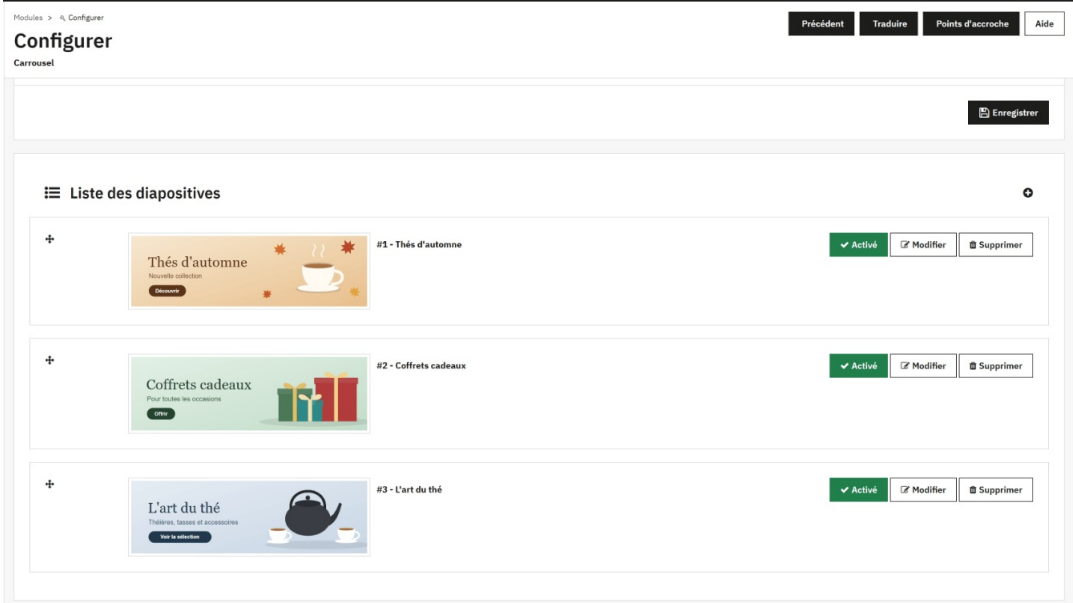
PrestaShop 8 présente les mêmes réglages dans un assistant en quatre étapes (paramètres généraux, destinations d'expédition et coûts, taille, poids et groupes associés, récapitulatif). Livraison > Préférences règle les frais de manutention et la **livraison gratuite à partir de** tel montant ou tel poids, pour tous les transporteurs ; une livraison offerte sous condition de code passe plutôt par une règle panier.

Page d'accueil, modules et pages de contenu

Les blocs de la boutique (carrousel, produits phares, réassurance, liens du pied de page...) sont des **modules** : on les active, on les désactive et on les configure dans Modules > Gestionnaire de modules (recherche par nom, puis « Configurer »).

Besoin	Module	Réglages
Diaporama de la page d'accueil	Carrousel	Diapositives : image, titre, légende, URL cible, ordre ; vitesse, pause au survol
Produits mis en avant sur l'accueil	Produits phares	Nombre de produits à afficher, catégorie des produits (par défaut : Accueil), affichage aléatoire ; sur la boutique, le bloc s'appelle « Produits populaires » et ne montre que les produits rangés aussi dans cette catégorie
Menu de la boutique	Menu principal	Catégories, pages et liens du menu, dans l'ordre voulu
Texte libre sur l'accueil	Bloc de texte personnalisé	Texte d'actualité ou de présentation
Rassurer l'acheteur	Réassurance	Blocs icône + texte : paiement sécurisé, livraison, retours
Partager un produit	Boutons de partage sur réseaux sociaux	Réseaux sociaux proposés sur la fiche produit
Avis clients	Commentaires produits	Modération des avis avant publication, avis des visiteurs ou non
Paieiment par chèque	Chèque	Ordre et adresse d'envoi du chèque
Liens du pied de page	Liste de liens	Blocs de liens (pages de contenu, pages produits, liens personnalisés) ; aussi dans Apparence > Liste de liens

Capture 13. Modules > Gestionnaire de modules > Carrousel > Configurer : les diapositives (activer, modifier, supprimer), le bouton « + » pour en ajouter :

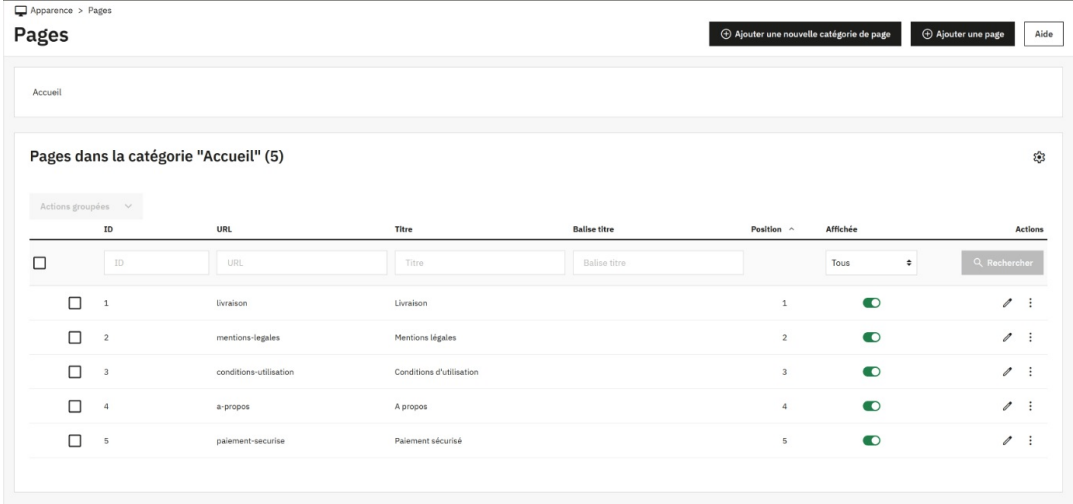


Positions : Apparence > Positions montre, pour chaque emplacement de la page (« accroche », par exemple displayHome pour la page d'accueil), les modules qui s'y affichent ; on les glisse pour changer leur ordre (par exemple, les produits phares sous le carrousel). La durée pendant laquelle un produit reste « nouveau » se règle dans Paramètres de la boutique > Produits (nombre de jours).

Chemin : Apparence > Pages > Ajouter une page

Une page de contenu (conditions générales de vente, mentions légales, livraison et retours, notre histoire) comprend : la catégorie de page, le titre, la balise titre, la meta description, l'URL simplifiée, le contenu de la page, l'indexation par les moteurs de recherche et l'affichage. Elle se place dans le pied de page avec la Liste de liens, ou dans le menu avec le Menu principal. **Insérer un lien** dans une description ou une page : sélectionner le texte, cliquer sur l'icône de lien de l'éditeur, coller l'adresse de la page visée, copiée sur la boutique.

Capture 14. Apparence > Pages : les pages de contenu (livraison, mentions légales...) et le bouton « Ajouter une page » :



Recherche et référencement

Élément	Où	Bonne pratique
Produit	Onglet Référencement - SEO	Balise titre (60 caractères au plus) et meta description (120 à 155) avec le mot-clé ; URL simplifiée ; mots-clés
Catégorie	Catalogue > Catégories	Description utile, balise titre, meta description, URL simplifiée
Page de contenu	Apparence > Pages	Balise titre, meta description, indexation
Pages de la boutique (accueil, contact...)	Paramètres de la boutique > Trafic et SEO > SEO et URL	Titre de la page et meta description de chaque page
Images	Légende des images	Décrire l'image : elle sert de texte alternatif

Capture 15. Fiche produit, onglet Référencement - SEO : aperçu du résultat, balise titre, meta description et URL simplifiée :

Article

15,75 € HT16,90 € TTC (règles de taxes : 20%)20 en stock

Tasse en grès

Produit standard

En ligne

DescriptionDétailsStocksLivraisonPrixRéférencement - SEOOptions

Optimisation pour les moteurs de recherche

Améliorez votre positionnement et comment votre fiche produit s'affiche dans les résultats de moteurs de recherche. Voici un aperçu de votre résultat de recherche, à vous de jouer !

https://www.maboutique.fr/5-tasse-en-grès.html :
Tasse en grès

Balise titre ⓘ
128

Titre public qui peut apparaître dans le navigateur et les moteurs de recherche. La longueur recommandée est d'environ 60 caractères (espaces compris). Si vous laissez ce champ vide, le nom du produit sera utilisé.

Meta description ⓘ
112

Résumé pour les robots, qui pourrait apparaître dans les moteurs de recherche. La longueur recommandée est d'environ 160 caractères (espaces compris). Si vous laissez ce champ vide, un extrait de la description courte sera utilisé.

URL simplifiée ⓘ
tasse-en-grès

Il s'agit de l'adresse la plus simple, telle que générée à partir du nom du produit. Vous pouvez la changer si vous le souhaitez.
Générer l'URL depuis le nom

Alias de recherche : Paramètres de la boutique > Rechercher, onglet Alias, « Ajouter un alias » : le mot mal orthographié ou le synonyme (« tapnade ») et le mot qu'il doit chercher (« tapenade »). Le client qui se trompe trouve quand même le produit.

Les collaborateurs et leurs droits

Chemin : Paramètres avancés > Équipe

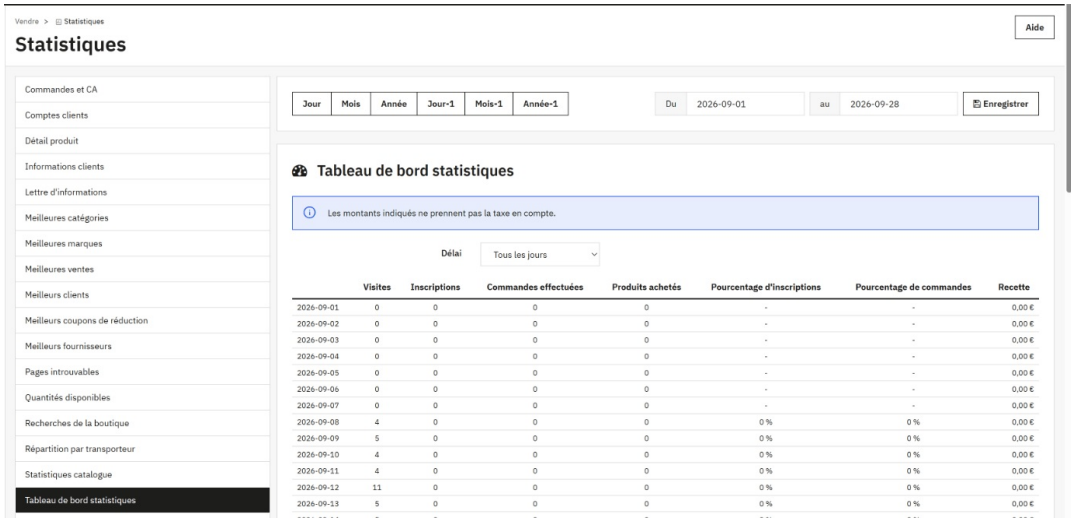
Onglet **Employés** : « Ajouter un employé » (prénom, nom, e-mail, mot de passe, langue, page d'accueil et **profil**, appelé rôle en PrestaShop 9 : logisticien, traducteur, vendeur...). Onglet **Permissions** : pour chaque profil, cocher les menus qu'il peut voir, ajouter, modifier ou supprimer. On donne à chacun les droits utiles à son travail, pas davantage : un préparateur de commandes n'a pas besoin des réglages de la boutique. Onglet **Rôles** : « Ajouter nouveau rôle » ou modifier un rôle existant (son nom), puis régler ses permissions.

Statistiques et tableau de bord

Le **tableau de bord** donne les grands indicateurs de la période choisie (ventes, commandes, panier moyen, visites, taux de transformation, bénéfice net). Le menu **Statistiques** détaille par module (colonne de gauche) : Meilleures ventes, Meilleures catégories, Meilleurs clients, Commandes et CA, Tableau de bord statistiques, Statistiques catalogue, Recherches de la boutique... On règle toujours la période avant de lire. PrestaShop parle de **taux de transformation** pour le taux de conversion.

Indicateur	Calcul	Où le lire
Chiffre d'affaires	Somme des commandes validées (HT ou TTC : le préciser)	Tableau de bord ; Statistiques
Nombre de commandes	Commandes validées sur la période	Tableau de bord
Panier moyen	Chiffre d'affaires ÷ nombre de commandes	Tableau de bord
Taux de conversion	Commandes ÷ visites × 100	Tableau de bord ; Statistiques
Meilleurs produits	Quantités vendues et chiffre d'affaires par produit	Statistiques > Meilleures ventes
Paniers abandonnés	Paniers sans commande	Commandes > Paniers

Capture 16. Statistiques : les rapports à gauche, le tableau de bord statistiques (visites, commandes, recette) à droite :



À l'épreuve

Un chiffre ne suffit pas : comparez-le (période précédente, objectif), expliquez l'écart et proposez une action commerciale chiffrée (relance des paniers abandonnés, mise en avant des meilleures ventes, code de réduction ciblé).

Les paramètres utiles

Paramètre	Chemin	Contenu
Boutique ouverte ou en maintenance	Paramètres de la boutique > Paramètres généraux, onglet Maintenance	Activer la boutique ; message de maintenance
Commandes	Paramètres de la boutique > Commandes	Montant minimum de commande, conditions générales à accepter, commande sans compte, états de commandes
Produits	Paramètres de la boutique > Produits	Produits par page, durée de la mention « nouveau », affichage des quantités
Clients	Paramètres de la boutique > Clients	Inscription, mode B2B, groupes, titres de civilité
Contact	Paramètres de la boutique > Contact	Contacts du service client, magasins
Recherche	Paramètres de la boutique > Rechercher	Alias, mots-clés

Attention

Ne modifiez ni les paramètres avancés (sauf pour vider le cache), ni les traductions, ni les modules de paiement sans consigne : une erreur peut bloquer la boutique pour tous les clients.

Exemples de consignes d'épreuve

Contexte fictif, construit d'après les sujets nationaux : une mise en situation, des annexes, des questions indépendantes. Comme à l'épreuve, la première question compte pour 10 points sur 20 ; les autres se partagent les 10 points restants. Le corrigé détaillé est réservé aux professeurs inscrits.

L'Épicerie des Calanques, épicerie fine à Cassis

Lucie Marin a ouvert L'Épicerie des Calanques en 2018 à Cassis : huiles d'olive, tapenades, biscuits et coffrets de producteurs provençaux. La boutique en ligne, sous PrestaShop (thème Classic), vend aux particuliers et à une vingtaine de restaurants et d'hôtels de la côte, à qui elle affiche des prix hors taxes.

En alternance à l'épicerie, vous gérez la boutique en ligne. Lucie vous confie les tâches suivantes.

Exemple 1. Fiche produit : le coffret « Apéro des Calanques » 10 points

Créez le produit de l'annexe 1 : nom, récapitulatif, description commerciale d'au moins 150 mots, prix et taxe, quantité, poids, catégories, balise titre et meta description. Mettez-le en ligne.

Ce que l'examineur vérifie : informations exactes, prix TTC juste (34,29 €), catégorie par défaut, texte de vente structuré, référencement, produit en ligne et visible dans sa catégorie. Méthode : [Produit](#), [Catégories](#)

Annexe 1 : fiche du nouveau coffret

Élément	Information
Produit	Coffret « Apéro des Calanques »
Contenu	Tapenade noire 90 g, caviar d'aubergine 90 g, huile d'olive AOP Provence 25 cl, navettes à l'anis 150 g, dans un coffret en carton illustré
Prix	32,50 € HT ; TVA 5,5 % (produits alimentaires) ; 40 coffrets en stock ; poids emballé 1,4 kg
Arguments	Recettes de l'épicerie, producteurs du Var et des Bouches-du-Rhône, idée cadeau prête à offrir, expédié sous 48 h
Classement	Catégorie par défaut « Coffrets cadeaux », aussi dans « Apéritif provençal »

Exemple 2. Code de bienvenue 3 points

Créez le code « BIENVENUE10 » : 10 % de réduction sur la commande hors frais de port, à partir de 40 € TTC d'achats, une seule utilisation par client, valable 30 jours à partir d'aujourd'hui, sans réduction sur les produits déjà en promotion.

Ce que l'examineur vérifie : code, dates, montant minimum, une utilisation par client, réduction et exclusion des produits en promotion, règle active, test dans un panier. Méthode : [Règle panier](#)

Exemple 3. Groupe des professionnels 3 points

Créez le groupe « Restaurants et hôtels » : 8 % de remise, prix affichés hors taxes. Rattachez-y le client Hôtel Les Pins Bleus, avec ce groupe comme groupe par défaut.

Ce que l'examineur vérifie : nom, remise, affichage hors taxes, client rattaché et groupe par défaut. Méthode : [Clients](#)

Exemple 4. Commande en retard 2 points

Traitez le message de l'annexe 2 : passez la commande à l'état « Expédié » avec le numéro de suivi 6A12345678901 et répondez au client.

Ce que l'examineur vérifie : statut, numéro de suivi, réponse courtoise qui reconnaît le retard, donne le suivi et propose un geste commercial. Méthode : [Commandes](#), [SAV](#)

Annexe 2 : message reçu au SAV le mercredi matin

« Bonjour, j'ai commandé un coffret pour l'anniversaire de ma mère il y a six jours (commande n° 2318) et je n'ai toujours aucune nouvelle. L'anniversaire est samedi. Que se passe-t-il ? » — Julien P.

Exemple 5. Animer la page d'accueil 2 points

Ajoutez au carrousel de la page d'accueil une diapositive « Fête des mères » (image fournie, légende à rédiger) qui renvoie vers la catégorie « Coffrets cadeaux », placez-la en premier, et faites apparaître les produits phares juste sous le carrousel.

Ce que l'examineur vérifie : diapositive active avec image, titre, légende et lien justes, ordre des diapositives, position des blocs vérifiée sur la page d'accueil. Méthode : [Modules](#)

D'autres consignes possibles

- Créez l'huile d'olive AOP en trois contenances (25 cl, 50 cl, 1 L), avec un supplément de 6 € HT pour 50 cl et de 14 € HT pour 1 L.
- Créez le pack « Duo tapenades » (une tapenade noire et une tapenade verte) et associez-le au coffret.
- Permettez au client d'ajouter un message personnalisé sur le coffret.
- Appliquez du 1er au 15 juin une réduction de 15 % sur toute la catégorie « Tapenades », sans code.
- Créez le transporteur gratuit « Retrait à l'épicerie », avec le délai « Retrait sous 24 h à la boutique de Cassis ».
- Enregistrez le retour d'un pot cassé à la livraison et remboursez partiellement la commande.
- Rédigez un message prédéfini pour les retards de livraison.
- Créez l'alias « tapnade » pour que la recherche trouve les tapenades.
- Créez un compte collaborateur pour Hugo, préparateur de commandes, avec le profil adapté.
- Relevez les trois produits les plus vendus et le taux de transformation du mois dernier, comparez avec le mois d'avant, puis proposez une action pour le mois prochain.

L'essentiel à retenir

- Chaque tâche a son menu : Catalogue pour les produits et les réductions, Clients, Commandes, SAV, Livraison, Modules, Apparence, Paramètres ; vérifiez toujours le résultat sur la boutique.
- Une fiche produit complète : nom, récapitulatif, description vendeuse, images, catégorie par défaut, prix HT et taxe justes, quantité, poids, référencement, et produit en ligne.
- Prix spécifique pour un produit, règle de prix catalogue pour un ensemble, règle panier pour le panier ou un code.
- Un client mécontent reçoit une réponse rapide, datée et concrète ; un module se configure puis se vérifie sur la page d'accueil.

Pour aller plus loin :

[PrestaShop – guide utilisateur en français \(version 8\)](#)

[PrestaShop 9 – les nouveautés de la version 9.0 \(en anglais\)](#)

[Service-public.gouv.fr – achat à distance : le droit de rétractation](#)