

Ръководство за работа с OpenCart 3 Admin

Каталог и локализация

Предназначение: администратори на онлайн магазин, които управляват продукти, категории, съдържание, наличности и ограничена част от локализацията.

Версия: OpenCart 3.x

Ниво: оперативен администратор

Не включва: програмиране, инсталиране на разширения, промяна на тема, настройки на плащания, доставки, сървър и база данни.

1. Основни правила за работа

Преди да започнете:

1. Винаги проверявайте дали редактирате правилния магазин, когато системата е Multi-Store.
2. При многоезичен сайт попълвайте задължителните полета за всички активни езици.
3. Не променяйте системни кодове, данъчни настройки и основна валута без разрешение.
4. Не изтривайте продукт или категория, когато временно не трябва да се вижда. Използвайте статус „Изключен“.
5. Проверявайте резултата в публичната част на сайта след всяка значима промяна.
6. Не копирайте текст директно от Word, без да премахнете нежеланото форматиране.
7. Имената на изображенията трябва да са ясни, например:

`nike-air-max-black-front.jpg`
`nike-air-max-black-side.jpg`

1. Не качвайте изображения с огромен размер. Препоръчително е предварително да бъдат оптимизирани.
 2. Не променяйте SEO URL на вече индексирана страница без техническа консултация.
 3. При съмнение първо изключете обекта, вместо да го изтривате.
-

2. Препоръчителни администраторски роли

OpenCart позволява правата да се управляват през:

Система → Потребители → Потребителски групи

Правата обикновено са разделени на:

- **Access Permission** – потребителят може да отвори страницата.
- **Modify Permission** – потребителят може да записва промени.

Официалната документация също разделя достъпа до каталог от правото за неговата редакция.

2.1. Роля „Каталог администратор“

Може да управлява:

- категории;
- продукти;
- производители;
- атрибути;
- опции;
- филтри;
- изображения;
- информационни страници;
- ревюта, ако това е част от работата му.

Не трябва да управлява:

- системни настройки;
- разширения;
- модификации;
- потребителски групи;
- плащания;
- доставки;
- данъчни правила;
- валути;
- езици;
- състояния на поръчките.

2.2. Роля „Съдържание“

Може да управлява:

- имена и описания на продукти;
- категории;
- информационни страници;
- мета заглавия и мета описания;
- изображения;
- производители.

Не трябва да променя:

- цени;
- количества;
- опции;
- данъчен клас;
- модели и продуктови кодове;
- SEO URL без одобрение.

2.3. Роля „Продуктов мениджър“

Може да управлява:

- целия каталог;
- цени;
- промоционални цени;
- наличности;
- опции и варианти;
- свързани продукти;
- атрибути;
- категории;
- производители.

2.4. Роля „Локализация“

Препоръчително е да има ограничен достъп само до:

- статуси на наличност;
- мерни единици, когато това е необходимо;
- държави и области при оперативна необходимост;
- преводимо съдържание.

Промени по валути, данъци, географски зони и статуси на поръчките трябва да се извършват само от собственик или технически администратор.

3. Работа с каталога

Основното меню е:

Каталог

В стандартна инсталация могат да присъстват:

- Категории;
- Продукти;

- Филтри;
- Атрибути;
- Групи атрибути;
- Опции;
- Производители;
- Изтегляния;
- Ревюта;
- Информационни страници;
- периодични плащания или профили.

Точният списък зависи от версията, инсталираните модули и административните права. Каталогът е основната секция за управление на продуктите, категориите и свързаното съдържание.

4. Категории

4.1. Предназначение

Категориите организират продуктите и помагат на клиентите да достигнат до тях чрез менюто и навигацията.

Примерна структура:

```

Облекло
├── Мъжко облекло
│   ├── Тениски
│   ├── Суитшърти
│   └── Якета
└── Дамско облекло
    ├── Тениски
    ├── Клин
    └── Якета
  
```

4.2. Създаване на категория

Отворете:

Каталог → Категории → Добавяне

Обикновено бутонът за добавяне е със знак +.

4.3. Раздел „Общи“

Попълнете за всеки активен език:

Име на категорията

Това е публичното име.

Добре:

Мъжки спортни тениски

Неподходящо:

Тениски нови 2026 финални

Описание

Описание на категорията, което може да се визуализира над или под продуктите в зависимост от темата.

Препоръчителна структура:

- кратко въведение;
- какви продукти съдържа категорията;
- основни ползи;
- информация за размери или предназначение;
- естествено включени ключови думи.

Не използвайте излишно повтаряне на ключови думи.

Meta Tag Title

Заглавието, използвано от брауъра и търсачките.

Пример:

Мъжки спортни тениски | Име на магазина

Препоръчително е да бъде ясно, конкретно и различно за всяка категория.

Meta Tag Description

Кратко описание за резултатите в търсачките.

Пример:

Разгледайте мъжки спортни тениски за тренировки, футбол и свободно време.
Различни модели, цветове и размери.

Meta Tag Keywords

В повечето съвременни SEO стратегии това поле не е съществено. Попълва се само ако вътрешните правила на магазина го изискват.

4.4. Раздел „Данни“

Родителска категория

Определя къде се намира категорията в йерархията.

Пример:

- Родител: „Мъжко облекло“
- Нова категория: „Тениски“

Ако полето остане празно, категорията е основна.

Филтри

Използва се само ако магазинът има конфигурирана стандартна OpenCart филтрация.

Не добавяйте произволни филтри. Те трябва предварително да са създадени в:

Каталог → Филтри

Магазини

При Multi-Store определя в кои магазини ще бъде достъпна категорията.

Проверете поне един магазин. В противен случай категорията може да не се визуализира.

SEO URL

SEO адресът трябва да бъде:

- с малки латински букви;
- без интервали;
- без специални знаци;
- с тирета между думите;
- уникален.

Пример:

mens-sport-tshirts

За български сайт може да се използва транслитерация:

mazhki-sportni-teniski

Не използвайте:

index.php?category=12

Не добавяйте начална или крайна наклонена черта, освен ако конкретната SEO система не го изисква.

Изображение

Изберете изображение, представящо цялата категория.

Не използвайте:

- изображение на несвързан продукт;
- лого на доставчик;
- изображение с твърде много текст;
- много малка или размазана снимка.

Главно меню / Тор

Когато е включено, категорията може да се покаже в основното меню.

При Journal 3 менюто често се управлява отделно. В такъв случай това поле може да няма видим ефект.

Колони

Определя броя колони за подкатегориите в стандартното меню.

Да не се променя без необходимост.

Ред на подреждане

По-малкото число обикновено се показва по-напред.

Пример:

- 1 – Тениски
- 2 – Суитшърти
- 3 – Якета

Статус

- **Включен** – категорията е активна.
- **Изключен** – категорията не е публична.

4.5. Редактиране на категория

1. Отворете **Каталог → Категории**.
2. Намерете категорията.
3. Натиснете бутона за редакция.
4. Направете промените.
5. Натиснете **Запази**.
6. Отворете категорията в публичната част.
7. Проверете заглавие, изображение, описание, продукти и URL.

4.6. Изтриване на категория

Не изтривайте категория, преди да проверите:

- има ли продукти в нея;
- има ли подкатегории;
- участва ли в меню;
- използва ли се в рекламна кампания;
- има ли индексирани SEO адрес;
- има ли външни връзки към нея.

По-безопасното действие е:

Статус → Изключен

4.7. Контролен списък за категория

- Името е правилно на всички езици.
- Избрана е правилната родителска категория.
- Има подходящо изображение.
- Има уникален SEO URL.
- Попълнено е мета заглавие.
- Описанието е форматирано правилно.
- Категорията е свързана с правилния магазин.
- Редът на подреждане е правилен.

- Статусът е правилен.
 - Проверена е публичната страница.
-

5. Продукти

5.1. Списък с продукти

Отворете:

Каталог → Продукти

В списъка обикновено можете да филтрирате по:

- име;
- модел;
- цена;
- количество;
- статус.

Използвайте филтрите преди да създадете нов продукт, за да проверите дали той вече не съществува.

5.2. Добавяне на продукт

Отворете:

Каталог → Продукти → Добавяне

Продуктовата форма е разделена на табове. В стандартната структура има секции за основни данни, връзки, атрибути, опции, отстъпки, промоции, изображения и други.

6. Продукт – раздел „Общи“

6.1. Име на продукта

Името трябва да идентифицира ясно продукта.

Препоръчителен модел:

Марка + модел + вид продукт + основна характеристика

Пример:

Nike Dri-FIT Academy Мъжка спортна тениска – черна

Избягвайте:

Супер тениска
Нов модел
Тениска 123

6.2. Описание

Описанието трябва да отговаря на основните въпроси на клиента:

- Какъв е продуктът?
- За кого е предназначен?
- Какви са основните му предимства?
- От какъв материал е?
- Как се използва?
- Как се поддържа?
- Какво включва комплектът?
- Има ли важни ограничения?

Примерна структура:

```
<p>Кратко представяне на продукта.</p>

<h2>Основни предимства</h2>
<ul>
  <li>Предимство 1</li>
  <li>Предимство 2</li>
  <li>Предимство 3</li>
</ul>

<h2>Материал и поддръжка</h2>
<p>Информация за състав, пране и съхранение.</p>
```

Не е необходимо администраторът да редактира HTML ръчно, освен ако е обучен за това.

6.3. Meta Tag Title

Пример:

Nike Dri-FIT Academy черна мъжка тениска | Магазин

6.4. Meta Tag Description

Пример:

Мъжка спортна тениска Nike Dri-FIT Academy в черен цвят. Лека материя, удобно прилягане и размери S-XXL.

6.5. Product Tags

Етикети, по които продуктът може да бъде откриван във вътрешното търсене.

Пример:

футбол, тениска, nike, dri-fit, тренировка

Не добавяйте десетки несвързани думи.

7. Продукт – раздел „Данни“

7.1. Модел

В стандартния OpenCart това е задължително поле.

Трябва да бъде уникално според вътрешната организация.

Пример:

NK-DRIFIT-ACA-BLK

Не променяйте модела на съществуващ продукт без причина. Той може да се използва в:

- ERP;
- складов софтуер;
- доставки;
- фактури;
- рекламни каталози;
- външни интеграции.

7.2. SKU

Складова единица или вътрешен продуктов код.

Пример:

SKU-000154

Следвайте правилата на конкретния магазин.

7.3. UPC, EAN, JAN, ISBN, MPN

Попълват се само когато са приложими.

- **UPC** – продуктов код, използван основно в Северна Америка.
- **EAN** – европейски баркод.
- **JAN** – японски продуктов код.
- **ISBN** – книги.
- **MPN** – код на производителя.

Не въвеждайте измислени стойности.

7.4. Местоположение

Може да се използва за склад, стелаж или физическо местоположение.

Пример:

Склад 1 / Стелаж В / Ред 3

7.5. Цена

Въвежда се в основната административна валута на магазина.

Пример:

49.90

Въвеждайте само число и десетичен разделител, приеман от системата.

Не пишете:

49.90 лв.
€49.90
49,90 EUR

освен ако конкретната модификация не го изисква.

7.6. Данъчен клас

Определя какъв данък се прилага.

Примери:

- Облагаеми стоки;
- Без данък;
- Намалена ставка.

Това поле не трябва да се променя по преценка на редактора. Използвайте предварително определеното правило за съответния тип продукт.

7.7. Количество

Текущата наличност.

Пример:

25

Когато продуктът има опции със собствени количества, общото количество и количествата по опциите трябва да се управляват според конфигурацията на магазина.

7.8. Минимално количество

Минималният брой, който клиентът може да поръча.

Обичайна стойност:

1

За продукти на едро може да бъде:

5
10
20

7.9. Изваждане от наличността

Когато е включено, количеството се намалява след валидирана поръчка според конфигурацията на системата.

Обикновено:

Да

Не го изключвайте без бизнес причина.

7.10. Статус при липса на наличност

Текстът, който се показва, когато количеството е нула.

Примери:

- Няма наличност;
- Очаква се доставка;
- По предварителна поръчка;
- Доставка до 14 дни;
- По заявка.

Статусите се създават в локализацията.

7.11. Изисква доставка

- **Да** – физически продукт.
- **Не** – услуга, дигитален продукт или друг продукт без физическа доставка.

7.12. SEO URL

Трябва да бъде уникален.

Пример:

nike-dri-fit-academy-black-tshirt

При Multi-Store и някои SEO модули може да има отделен адрес по магазин или език.

Не променяйте адреса на активен продукт без одобрение.

7.13. Основно изображение

Това е водещата снимка в продуктовия списък и продуктовата страница.

Препоръки:

- продуктът да се вижда ясно;
- чист фон или подходящ контекст;
- еднакво съотношение на страните;
- без водни знаци на чужди сайтове;
- без излишен текст;
- без деформация.

7.14. Дата на наличност

Датата, от която продуктът е наличен.

При бъдеща дата продуктът може да не се държи като стандартно наличен продукт според темата и конфигурацията.

7.15. Размери

- дължина;
- ширина;
- височина;
- мерна единица.

Използват се за доставки и логистика, ако съответният модул ги взема предвид.

7.16. Тегло

Въведете реалното тегло в избраната мерна единица.

Пример:

0.350 kg

Неправилно тегло може да доведе до неправилна цена за доставка.

7.17. Статус

- **Включен** – продуктът е активен.
- **Изключен** – продуктът не е публично достъпен по стандартния начин.

7.18. Ред на подреждане

По-ниската стойност обикновено се показва по-напред, когато съответната страница използва това сортиране.

8. Продукт – раздел „Връзки“

8.1. Производител

Изберете предварително създаден производител.

Не въвеждайте един и същ производител с различни изписвания:

Nike
NIKE
Nike Inc.
Найк

Използвайте единна форма.

8.2. Категории

Един продукт може да участва в повече от една категория.

Пример:

Облекло → Мъжко → Тениски
Спортове → Футбол → Облекло
Нови продукти

Не добавяйте продукта към несвързани категории само за по-голяма видимост.

8.3. Филтри

Изберете приложимите филтри, ако стандартната филтрация се използва.

Пример:

Цвят → Черен
Материал → Полиестер
Спорт → Футбол

За да работят стандартните филтри, те трябва да бъдат създадени и свързани както с продукта, така и със съответната категория.

8.4. Магазини

Изберете магазините, в които продуктът трябва да се публикува.

8.5. Изтегляния

Използва се при дигитални продукти.

Първо файлът се добавя в:

Каталог → Изтегляния

След това се свързва с продукта. Функцията е предназначена за софтуер, електронни книги, документи, музика, видеа и други дигитални файлове.

8.6. Свързани продукти

Продукти, които могат да се показват като препоръчани.

Подходящи примери:

- тениска и подходящи шорти;
- телефон и калъф;
- машина и консуматив;
- основен продукт и резервна част.

Не добавяйте твърде много несвързани продукти.

9. Атрибути

9.1. Какво е атрибут

Атрибутът е характеристика на продукта, която обикновено не се избира от клиента.

Примери:

- материал;
- мощност;
- капацитет;
- състав;
- резолюция;
- размер на екрана;
- гаранция;
- държава на произход.

Атрибутите са подходящи за спецификации и характеристики. Официалната документация препоръчва те да бъдат организирани в ясни групи според вида на продуктите.

9.2. Разлика между атрибут и опция

Атрибут:

Материал: 100% полиестер

Клиентът не го избира.

Опция:

Размер: S, M, L, XL

Клиентът избира стойност.

9.3. Групи атрибути

Отворете:

Каталог → Атрибути → Групи атрибути

Примери:

Основни характеристики
Размери
Технически характеристики
Материали
Хранителна информация

9.4. Създаване на атрибут

Отворете:

Каталог → Атрибути → Атрибути → Добавяне

Попълнете:

- име за всеки език;
- група;
- ред на подреждане.

Пример:

Атрибут: Материал
Група: Основни характеристики

9.5. Добавяне към продукт

1. Редактирайте продукта.
2. Отворете таб **Атрибути**.
3. Добавете атрибут.
4. Въведете стойността за всеки език.
5. Запазете.

Не създавайте дублиращи атрибути като:

Материал
Материали
Състав
Материя

освен ако имат различно предназначение.

10. Опции и варианти

10.1. Какво е опция

Опцията е избор, който клиентът прави преди добавяне в количката.

Примери:

- размер;
- цвят;
- брой;
- аромат;
- дължина;
- персонален надпис;
- дата;
- файл за качване.

10.2. Създаване на глобална опция

Отворете:

Каталог → Опции → Добавяне

Пример:

Име: Размер
Тип: Избор
Стойности:
- S
- M
- L
- XL

Поддържайте една обща опция „Размер“, вместо да създавате:

Размер тениски
Размер нов
Размер 2026
Размер дрехи

10.3. Типове опции

В зависимост от стандартната инсталация могат да включват:

- Select;
- Radio;
- Checkbox;
- Text;
- Textarea;
- File;

- Date;
- Time;
- Date & Time.

10.4. Добавяне на опция към продукт

1. Отворете продукта.
2. Изберете таб **Опции**.
3. Започнете да изписвате името на опцията.
4. Изберете я от предложенията.
5. Определете дали е задължителна.
6. Добавете стойностите.
7. Въведете количество, цена и други корекции.
8. Запазете.

Стандартната продуктова опция позволява настройки като задължителност, количество, корекция на цена, тегло и точки.

10.5. Количество по опция

Пример:

Размер	Количество
S	5
M	8
L	3
XL	0

Когато управлението е по варианти, количествата трябва да се поддържат на ниво опция.

10.6. Корекция на цена

Пример:

Основна цена:

49.90

Опции:

Стойност	Корекция
S	+0.00
M	+0.00
L	+0.00
XL	+5.00

Крайна цена за XL:

54.90

Знакът е важен:

- добавя към основната цена;
- изважда от основната цена.

10.7. Честа грешка

Не въвеждайте цялата крайна цена като добавка.

Неправилно:

Основна цена: 49.90
Добавка за XL: +54.90
Крайна цена: 104.80

Правилно:

Основна цена: 49.90
Добавка за XL: +5.00
Крайна цена: 54.90

11. Филтри

11.1. Предназначение

Филтрите позволяват на клиента да стеснява продуктивния списък.

Примерни групи:

Цвят
Материал
Размер
Предназначение
Тип
Капацитет

Примерни стойности:

Цвят :
- Черен
- Бял
- Червен

11.2. Настройване

1. Създайте групата и стойностите в **Каталог → Филтри**.
2. Свържете приложимите филтри с продуктите.
3. Свържете филтрите със съответната категория.
4. Проверете дали филтърният модул е активен в дизайна или Journal.

11.3. Филтри и атрибути

Не приемайте, че атрибутът автоматично е филтър.

Пример:

Атрибут: Материал = Полиестер
Филтър: Материал → Полиестер

В стандартния OpenCart това са отделни записи.

12. Производители

Отворете:

Каталог → Производители

Производителите служат за организация на продуктите по марка.

12.1. Добавяне

Попълнете:

- име;
- магазини;
- SEO URL, ако присъства;
- изображение;
- ред на подреждане.

12.2. Правила

Използвайте единно име:

Bosch

Не създавайте:

BOSCH
Bosch GmbH
Бош
bosch

Преди създаване потърсете дали производителят вече съществува.

12.3. Лого

Използвайте:

- официално лого;
- прозрачен PNG или подходящ формат;
- достатъчно качество;
- еднакви пропорции с останалите марки.

13. Допълнителни изображения на продукт

В продуктова форма отворете таб **Изображения**.

Добавете снимки като:

- предна страна;
- задна страна;

- страничен изглед;
- детайл;
- опаковка;
- продукт в употреба;
- схема с размери.

Правила

1. Основният продукт трябва да е един и същ на всички снимки.
2. Не смесвайте различни цветове, освен ако ясно се управляват като варианти.
3. Подреждайте изображенията логично.
4. Не качвайте дубликати.
5. Не използвайте чужди водни знаци.
6. Не качвайте файлове с неясни имена като:

IMG_0001-final-final2.jpg

14. Отстъпки

Табът **Отстъпки** обикновено се използва за цена според количество или клиентска група.

Пример:

Клиентска група	Количество	Цена
По подразбиране	5	45.00
По подразбиране	10	42.00
Търговци	1	40.00

Възможни полета:

- клиентска група;
- количество;
- приоритет;
- цена;
- начална дата;
- крайна дата.

По-ниският приоритет обикновено се разглежда по-напред.

Не използвайте отстъпка за обикновена временно намалена цена, когато предназначението е промоционална цена.

15. Промоционални цени

Табът **Промоции** или **Special** задава временна намалена цена.

Пример:

Редовна цена: 99.90
Промоционална цена: 79.90
Начална дата: 01.08.2026
Крайна дата: 15.08.2026

Важни правила

- Въвежда се крайната промоционална цена, а не процентът.
- Проверете клиентската група.
- Проверете началната и крайната дата.
- Не оставяйте стара промоция без крайна дата, освен ако е постоянна.
- Проверете как се визуализира в магазина.
- Проверете валутата.
- Не задавайте промоционална цена, по-висока от редовната.

16. Наградни точки

Използват се само ако програмата за наградни точки е активна.

Могат да включват:

- необходим брой точки за покупка;
- точки, които клиентът получава;
- различни стойности по клиентски групи.

Ако магазинът не използва наградни точки, не променяйте тези полета.

17. Изтегляния

За дигитални продукти:

1. Отворете **Каталог** → **Изтегляния**.
2. Добавете име.
3. Качете файла.

4. Запазете.
5. Отворете продукта.
6. В таб **Връзки** свържете изтеглянето.
7. Проверете дали продуктът не изисква физическа доставка.
8. Направете тестова поръчка.

Не качвайте поверителни файлове, без да проверите начина, по който системата ги защитава.

18. Ревюта

Отворете:

Каталог → Ревюта

Обикновено могат да се управляват:

- автор;
- продукт;
- текст;
- рейтинг;
- статус;
- дата.

Правила за модерирание

Одобрете ревю, когато:

- е свързано с продукта;
- не съдържа спам;
- не съдържа лични данни;
- не съдържа обиди;
- не съдържа незаконно съдържание;
- изглежда автентично.

Не редактирайте смисъла на клиентското мнение.

При спорно ревю го оставете изключено и го предайте за управленско решение.

19. Информационни страници

Отворете:

Каталог → Информация

Тези страници се използват за статично съдържание като „За нас“, условия, доставка и политики.

Примери:

- За нас;
- Доставка;
- Плащане;
- Връщане;
- Общи условия;
- Политика за поверителност;
- Политика за бисквитки;
- Контакти;
- Често задавани въпроси.

19.1. Полета

- заглавие;
- описание за всеки език;
- магазини;
- SEO URL;
- долна част на сайта;
- ред на подреждане;
- статус.

19.2. Правна информация

Администраторът може да форматира и публикува одобрен текст, но не трябва самостоятелно да променя юридическия смисъл на:

- Общите условия;
- Политиката за поверителност;
- условията за връщане;
- гаранционните условия;
- информацията за лични данни.

Такива промени трябва да бъдат предварително одобрени.

20. Копиране на продукт

OpenCart позволява избран продукт да бъде копиран.

Подходящо е, когато новият продукт е много близък до съществуващия.

След копиране задължително променете:

- име;
- модел;
- SKU;
- EAN;
- описание;
- цена;
- количество;
- категории;
- изображения;
- опции;
- атрибути;
- SEO URL;
- мета заглавие;
- мета описание;
- свързани продукти;
- промоции;
- статус.

Не публикувайте директно копиран продукт без пълна проверка.

Безопасен процес

1. Копирайте продукта.
2. Оставете копието изключено.
3. Редактирайте всички полета.
4. Запазете.
5. Проверете го.
6. Включете статуса.
7. Проверете публичната страница.

21. Масово редактиране и изтриване

Стандартният OpenCart има ограничени възможности за масови операции. Допълнителни функции могат да бъдат добавени чрез модул.

Преди масова промяна:

- направете резервно копие;
- филтрирайте точната група;
- проверете броя намерени продукти;
- тествайте върху един продукт;
- не затваряйте страницата по време на операцията;
- проверете резултата.

Никога не извършвайте масова промяна на:

- цени;
- данъчен клас;
- статус;
- категории;
- количества;
- SEO URL;

без предварителна проверка и одобрение.

22. Локализация

Основното меню е:

Система → Локализация

В зависимост от инсталацията може да включва:

- езици;
- валути;
- статуси на наличност;
- статуси на поръчки;
- връщания;
- държави;
- области;
- географски зони;
- данъчни класове;
- данъчни ставки;
- мерни единици за дължина;
- мерни единици за тегло.

Секцията за локализация включва настройки, които могат пряко да повлияят върху поръчките, данъците и доставките. Затова не всички нейни части са подходящи за ежедневна редакция от продуктов администратор.

23. Езици

23.1. Какво управлява секцията

Секцията определя кои езици са достъпни в магазина и административната част.

Добавянето на език не се изчерпва със създаване на запис. Необходим е съвместим езиков пакет с правилните файлове.

23.2. Кой трябва да има достъп

Само:

- технически администратор;
- собственик;
- отговорник за многоезичните магазини.

Редакторът на каталог трябва да попълва продуктовото съдържание по активните езици, но не и да добавя или премахва системни езици.

23.3. Рискове

Грешна промяна може да доведе до:

- липсващи преводи;
- грешки в административния панел;
- празни задължителни полета;
- неправилни URL адреси;
- проблеми с разширения;
- несъответствие между магазините.

23.4. Забранени действия за оперативен администратор

- промяна на езиков код;
- промяна на директория;
- промяна на locale;
- изтриване на активен език;
- смяна на основния език;
- добавяне на език без инсталиран пакет.

24. Валуты

Отворете:

Система → Локализация → Валуты

Стандартната настройка съдържа:

- име;
- ISO код;

- символ отляво;
- символ отдясно;
- брой десетични знаци;
- стойност спрямо основната валута;
- статус.

Официалната документация посочва, че стойността е обменният курс спрямо валутата по подразбиране.

24.1. Основна валута

Основната валута обикновено има стойност:

1.00000000

Другите валути се изчисляват спрямо нея.

24.2. Кой може да редактира валути

Само:

- собственик;
- финансов администратор;
- технически администратор;
- упълномощен мениджър.

24.3. Оперативният администратор не трябва да:

- сменя основната валута;
- променя ISO кода;
- променя обменния курс;
- изтрива валута;
- сменя позицията на символа;
- добавя нова валута без тест;
- променя десетичните знаци.

Такива промени могат да повлияят върху цени, отчети, интеграции, плащания и визуализацията на поръчките.

25. Статуси на наличност

Отворете:

Система → Локализация → Статуси на наличност

Това е една от малкото локализационни секции, които могат разумно да се управляват от продуктов администратор.

Примери:

- В наличност;
- Няма наличност;
- Очаква се доставка;
- Доставка до 7 дни;
- По заявка;
- Предварителна поръчка;
- Спрян от производство.

Правила

1. Използвайте ясни формулировки.
2. Попълнете всички езици.
3. Не създавайте дублиращи статуси.
4. Не обещавайте срок, който магазинът не може да изпълни.
5. Не изтривайте използван статус.
6. Използвайте ред на подреждане.

Важно

Статусът на наличност не винаги означава реално количество.

Продукт може да има:

Количество: 0

Статус при липса: Очаква се доставка

26. Статуси на поръчки

Отворете:

Система → Локализация → Статуси на поръчки

Примери:

- Чакаща;
- Потвърдена;

- Обработка се;
- Изпратена;
- Завършена;
- Отказана;
- Възстановена;
- Измама;
- Неуспешно плащане.

26.1. Защо са критични

Статусите могат да бъдат използвани от:

- платежни модули;
- куриерски модули;
- складови интеграции;
- издаване на фактури;
- наградни точки;
- ваучери;
- имейл известия;
- външни ERP системи;
- автоматични задачи.

26.2. Правила

Оперативният администратор може да използва статусите при обработване на поръчки, но не трябва да променя самите системни статуси.

Не:

- преименувайте статус;
- изтривайте статус;
- променяйте неговия смисъл;
- създавайте дубликат;
- променяйте конфигурационните групи на завършени, обработвани или невалидни поръчки.

27. Причини и статуси за връщане

В зависимост от превода може да има:

- статуси на връщане;
- действия при връщане;
- причини за връщане.

Примери за причина:

- дефектен продукт;
- грешен продукт;
- неподходящ размер;
- повреден при доставка;
- отказ от покупка;
- липсваща част.

Примери за действие:

- възстановяване на сума;
- замяна;
- ремонт;
- кредитно известие;
- отказано връщане.

Примери за статус:

- чака обработка;
- продуктът е получен;
- проверява се;
- одобрено;
- приключено;
- отказано.

Тези записи могат да се редактират само според официалния процес за рекламации и връщания.

28. Държави

Отворете:

Система → Локализация → Държави

Полетата обикновено включват:

- име;
- ISO Code 2;
- ISO Code 3;
- формат на адрес;
- изискване за пощенски код;
- статус.

Правила

Оперативният администратор може да включи или изключи държава само при изрично решение за обслужваните пазари.

Не променяйте:

- ISO кодове;
- формата на адреса;
- името по нестандартен начин;
- настройката за пощенски код;

без техническа проверка.

Изключването на държава може да засегне:

- адресите на клиентите;
- доставките;
- плащанията;
- данъците;
- географските зони.

29. Области и зони

Отворете:

Система → Локализация → Зони

В OpenCart „зона“ обикновено означава административен регион в рамките на държава:

- област;
- щат;
- провинция;
- регион.

Пример:

Държава: България
Зона: София-град
Код: 22

Зоните могат да участват в географски зони, доставки и данъчни правила.

Не изтривайте зона, която вече се използва в:

- клиентски адрес;
- географска зона;
- данъчна ставка;
- доставка;
- настройка на магазина.

30. Географски зони

Отворете:

Система → Локализация → Географски зони

Географската зона е група от държави и административни области, използвана за:

- доставка;
- данъци;
- ограничения;
- методи за плащане;
- регионални правила.

Официалната документация определя Geo Zones като персонализирани групи от държави и зони за прилагане на правила за доставка и данъци.

Примери:

България
Европейски съюз
Европа извън ЕС
София-град
Зона за безплатна доставка

Кой има право да ги редактира

Само:

- технически администратор;
- логистичен мениджър;
- финансов мениджър;
- собственик.

Риск

Грешна географска зона може да доведе до:

- липсващ метод за доставка;
- неправилна цена за доставка;
- липсващ начин на плащане;
- неправилно начислен данък;
- възможност за поръчка от необслужвана държава.

31. Данъчни класове и данъчни ставки

31.1. Данъчна ставка

Определя процент или фиксирана стойност за дадена географска зона.

31.2. Данъчен клас

Комбиниращ едно или повече данъчни правила и се избира в продукта.

Примерна логика:

Данъчна ставка: ДДС 20%
Данъчен клас: Облагаеми стоки
Продукт: използва „Облагаеми стоки“

31.3. Забрана за оперативни администратори

Не трябва да:

- добавят данъчна ставка;
- променят процент;
- променят географска зона;
- изтриват данъчно правило;
- сменят приоритет;
- сменят изчисление според адрес за плащане или доставка;
- променят данъчния клас на продукти без инструкция.

Грешна промяна може да засегне всички цени и поръчки.

32. Мерни единици за дължина

Отворете:

Система → Локализация → Мерни единици за дължина

Примери:

- сантиметър;
- милиметър;
- метър;
- инч.

Основната единица обикновено има стойност:

1.00000000

Другите се изчисляват спрямо нея.

Не променяйте стойностите без техническа проверка, защото могат да се използват в калкулации за доставка.

33. Мерни единици за тегло

Отворете:

Система → Локализация → Мерни единици за тегло

Примери:

- килограм;
- грам;
- паунд;
- унция.

Ако основната единица е килограм:

Килограм: 1.00000000
Грам: 1000.00000000

Конкретната логика трябва да се провери според конфигурацията на магазина, преди да се редактират стойностите.

Грешна настройка може да промени цената за доставка за всички продукти.

34. Какво е разумно администраторите да управляват сами

Разрешено за обучен каталог администратор

- имена на категории;
- описания на категории;
- изображения на категории;
- продуктови имена;
- продуктови описания;
- изображения;
- производители;
- категории на продукт;
- свързани продукти;
- атрибути;
- предварително създадени опции;
- количества;
- статус на продукт;
- статус при липса на наличност;
- цени при изрично право;
- промоционални цени при изрично право;
- информационни страници с одобрен текст;
- ревюта;
- SEO мета заглавия и описания;
- SEO URL само при нови продукти и по установен стандарт.

Само след одобрение

- създаване на нови опции;
- създаване на атрибути;
- създаване на филтри;
- промяна на модел или SKU;
- преместване на категория;
- масови промени;
- изтриване на категории;
- изтриване на продукти;
- промяна на данъчен клас;
- промяна на тегло и размери, когато управляват доставка;
- добавяне на нов статус на наличност;
- редакция на правни страници.

Забранено за стандартен администратор

- добавяне или премахване на език;
- промяна на основна валута;
- промяна на валутни курсове;
- промяна на статуси на поръчки;
- промяна на данъчни ставки;
- промяна на данъчни класове;
- промяна на географски зони;
- промяна на системни мерни единици;
- промяна на държавни ISO кодове;
- промяна на административни права;
- инсталиране на разширения;
- обновяване на OpenCart;
- управление на OCMOD;
- редактиране на файлове;
- директна работа с базата данни.

35. Стандартен процес за създаване на продукт

Етап 1: Подготовка

Съберете:

- официално име;
- продуктов код;
- SKU;
- EAN;
- производител;
- цена;
- данъчен клас;
- количество;
- категории;
- описание;
- характеристики;
- варианти;
- изображения;
- тегло;
- размери;
- статус на наличност;
- SEO информация.

Етап 2: Проверка за дубликат

Потърсете по:

- име;
- модел;
- SKU;
- EAN.

Етап 3: Създаване като изключен

Създайте продукта със:

Статус: Изключен

Етап 4: Основна информация

Попълнете:

- име;
- описание;
- мета заглавие;
- мета описание;
- тагове.

Етап 5: Търговски данни

Попълнете:

- модел;
- SKU;
- EAN;
- цена;
- данъчен клас;
- количество;
- минимално количество;
- наличност;
- доставка;
- тегло;
- размери.

Етап 6: Връзки

Изберете:

- производител;
- категории;
- магазин;
- филтри;
- свързани продукти.

Етап 7: Спецификации

Добавете:

- атрибути;
- опции;
- количества по варианти;
- ценови корекции.

Етап 8: Изображения

Добавете:

- основно изображение;
- допълнителни изображения;
- логичен ред.

Етап 9: SEO URL

Въведете уникален адрес.

Етап 10: Вътрешна проверка

Прегледайте всички табове.

Етап 11: Публикуване

Задайте:

Статус: Включен

Етап 12: Проверка в сайта

Проверете:

- desktop;
 - мобилен изглед;
 - цена;
 - данък;
 - наличност;
 - варианти;
 - изображения;
 - добавяне в количката;
 - доставка;
 - категория;
 - търсене;
 - SEO URL;
 - другите езици.
-

36. Процес за промяна на цена

1. Уверете се, че продуктът е правилният.
 2. Запишете старата цена.
 3. Проверете основната валута.
 4. Проверете дали цената е с или без ДДС според вътрешния процес.
 5. Променете редовната цена.
 6. Проверете активните промоции.
 7. Проверете отстъпките по количество.
 8. Проверете цените на опциите.
 9. Запазете.
 10. Проверете публичната страница.
 11. Добавете продукта в количката.
 12. Проверете крайната сума.
-

37. Процес за промоция

1. Потвърдете продуктите.
2. Потвърдете редовните цени.
3. Потвърдете промоционалните цени.
4. Потвърдете клиентската група.
5. Определете начална дата.
6. Определете крайна дата.
7. Проверете за друга активна промоция.
8. Проверете отстъпките по количество.

9. Запазете.
 10. Проверете публичната цена.
 11. Проверете количката.
 12. След края проверете дали редовната цена е възстановена.
-

38. Процес при изчерпване на продукт

В зависимост от бизнес правилата:

Вариант А: Продуктът ще бъде доставен отново

- количество: ;
- статус при липса: „Очаква се доставка“;
- продуктът остава включен.

Вариант В: Може да се поръчва предварително

- количество: ;
- статус: „Предварителна поръчка“;
- проверете дали системата позволява поръчка при липса;
- добавете реалистичен срок.

Вариант С: Продуктът е спрян

- количество: ;
- статус при липса: „Спрян от производство“;
- продуктът може временно да остане видим за SEO и информация;
- предложете свързана алтернатива.

Вариант D: Продуктът не трябва да е публичен

- статус: „Изключен“.

Не изтривайте продукта автоматично.

39. Чести грешки

Продуктът не се вижда

Проверете:

- статус;

- дата на наличност;
- избран магазин;
- категория;
- количество и настройката за липса;
- права на клиентска група;
- кеш;
- настройки на Journal;
- SEO URL;
- дали продуктът е в правилния store.

Категорията не се вижда

Проверете:

- статус;
- магазин;
- родителска категория;
- менюто;
- Journal менюто;
- кеша;
- дали категорията има продукти;
- дали опцията за показване в меню е приложима.

Цената е грешна

Проверете:

- основна цена;
- валута;
- данъчен клас;
- промоция;
- отстъпка;
- клиентска група;
- опция;
- валутен курс;
- кеш;
- външна ценова интеграция.

Наличността е грешна

Проверете:

- общото количество;
- количества по опции;
- изваждане от наличността;
- статус на поръчката;
- складова интеграция;

- кеш;
- автоматичен импорт.

Опцията не се вижда

Проверете:

- добавена ли е към продукта;
- има ли стойности;
- активни ли са стойностите;
- има ли количество;
- задължителна ли е;
- поддържа ли я темата;
- има ли модул за варианти.

SEO URL дава грешка

Проверете:

- уникален ли е;
- има ли интервали;
- има ли кирилица, ако системата не я поддържа;
- има ли специални символи;
- активирана ли е SEO URL функционалността;
- правилно ли е конфигуриран `.htaccess` ;
- има ли външен SEO модул.

40. Работа при Multi-Store

При повече от един магазин винаги проверявайте:

- към кой магазин е свързан продуктът;
- към кой магазин е свързана категорията;
- дали производителят е достъпен;
- дали SEO URL е уникален за съответната конфигурация;
- дали езикът е активен;
- дали валутата е активна;
- дали цената е една и съща;
- дали темата показва същите полета;
- дали продуктът трябва да се вижда във всички магазини.

Не приемайте, че промяната е само за магазина, който сте отворили публично. В стандартния OpenCart административните записи често се споделят между магазините.

41. Работа при многоезичен магазин

За всеки активен език проверете:

- име на продукт;
- описание;
- мета заглавие;
- мета описание;
- тагове;
- име на категория;
- описание на категория;
- атрибути;
- стойности на текстови опции;
- производител, когато има локализирани полета;
- информационни страници.

Не използвайте автоматичен превод без преглед.

Спазвайте еднаква терминология.

Пример:

BG: Наличност
EN: Availability
DE: Verfügbarkeit

Не използвайте различни понятия в отделните продукти без причина.

42. Работа с Journal 3

Journal 3 може да добавя или замества:

- продуктови тагове;
- допълнителни изображения;
- етикети;
- countdown промоции;
- продуктови блокове;
- custom fields;
- layout настройки;
- менюта;
- банери;
- категории;
- филтри;

- кеш.

Важни правила

1. Не променяйте Journal layout от продуктовата форма без обучение.
2. Менюто може да не следва настройката „Покажи в главното меню“ на OpenCart.
3. След промяна може да е необходимо изчистване на Journal cache.
4. Не използвайте едновременно няколко несъвместими системи за филтри.
5. Не добавяйте CSS или JavaScript в полета за съдържание.
6. Не променяйте глобален layout заради един продукт.
7. Проверявайте мобилния изглед.

43. Изчистване на кеш

Кеш се изчиства само при необходимост и според конкретната конфигурация.

Възможни места:

- Dashboard → Developer Settings;
- кеш на тема;
- Journal → System → Cache;
- кеш на браузъра;
- кеш на CDN;
- кеш на сървъра.

Не натискайте „Refresh Modifications“, освен ако има техническа причина. Това може да регенерира модификациите и да предизвика проблем при дефектен OCMOD.

44. Действия, които изискват техническа помощ

Свържете се с технически администратор, когато:

- продуктите изчезват след импорт;
- цените се връщат автоматично;
- наличностите се променят сами;
- SEO URL връща 404;
- има бяла страница или PHP грешка;
- записването не работи;
- изображенията не се качват;
- администраторът няма права;
- категорията не се показва въпреки правилните настройки;

- има разминаване между магазини;
- валутата се изчислява грешно;
- данъкът е грешен;
- доставката се изчислява грешно;
- поръчките сменят статус автоматично;
- има дублирани модели, SKU или баркодове;
- сайтът използва външна ERP или складова интеграция.

При сигнал изпратете:

- точен адрес на административната страница;
- име и модел на продукта;
- описание на очаквания резултат;
- описание на реалния резултат;
- екранна снимка;
- час на възникване;
- стъпки за възпроизвеждане;
- дали проблемът засяга един или всички продукти.

Не изпращайте парола в общ чат или имейл без защитен канал.

45. Ежедневен контролен списък

- Проверени са новите продукти.
- Проверени са продукти с количество 0.
- Проверени са изтичащи промоции.
- Проверени са активни промоции с грешна цена.
- Проверени са новите ревюта.
- Проверени са липсващи изображения.
- Проверени са продукти без категория.
- Проверени са изключени продукти, които трябва да бъдат включени.
- Проверени са продукти с бъдеща дата на наличност.
- Проверени са новите импорти или синхронизации.

46. Седмичен контролен списък

- Преглед на продукти без продажби.
- Преглед на продукти без наличност.
- Преглед на ниски наличности.
- Преглед на изтекли промоции.
- Преглед на дублирани продукти.
- Преглед на некачествени изображения.
- Преглед на липсващи описания.
- Преглед на липсващи мета заглавия.

- Преглед на категории без продукти.
 - Преглед на продукти без производител.
 - Преглед на несъответствия между езици.
 - Преглед на повтарящи се SEO URL адреси.
 - Проверка на основни категории на мобилен телефон.
-

47. Контрол преди публикуване

Съдържание

- Името е правилно.
- Няма правописни грешки.
- Описанието е четимо.
- Няма копиран неподходящ формат.
- Всички езици са попълнени.
- Мета данните са попълнени.

Продуктови данни

- Моделът е правилен.
- SKU е правилно.
- EAN е правилно.
- Цената е правилна.
- Данъчният клас е правилен.
- Количеството е правилно.
- Статусът на наличност е правилен.
- Теглото е правилно.
- Размерите са правилни.

Организация

- Производителят е правилен.
- Категориите са правилни.
- Магазините са правилни.
- Филтрите са правилни.
- Атрибутите са правилни.
- Свързаните продукти са подходящи.

Варианти

- Всички размери или цветове са добавени.
- Количествата са правилни.
- Ценовите корекции са правилни.
- Изчерпаните варианти са правилно отбелязани.
- Задължителните опции са зададени.

Изображения

- Основното изображение е правилно.
- Допълнителните изображения са правилни.
- Няма дубликати.
- Няма чужди водни знаци.
- Няма размазани снимки.
- Редът е логичен.

Публикуване

- SEO URL е уникален.
- Продуктът е свързан с правилния магазин.
- Статусът е включен.
- Публичната страница е проверена.
- Продуктът се добавя в количката.
- Крайната цена е правилна.

48. Матрица на правата

Функция	Каталог администратор	Продуктов мениджър	Технически администратор
Редакция на продуктово име	Да	Да	Да
Редакция на описание	Да	Да	Да
Качване на изображения	Да	Да	Да
Управление на категории	Да	Да	Да
Управление на производители	Да	Да	Да
Управление на атрибути	Ограничено	Да	Да
Управление на опции	Ограничено	Да	Да
Управление на филтри	Ограничено	Да	Да
Промяна на количества	По роля	Да	Да
Промяна на цена	По роля	Да	Да
Промоции	По роля	Да	Да
SEO URL на нов продукт	Да	Да	Да

Функция	Каталог администратор	Продуктов мениджър	Технически администратор
SEO URL на съществуващ продукт	Не	С одобрение	Да
Изтриване на продукт	Не	С одобрение	Да
Статуси на наличност	Ограничено	Да	Да
Езици	Не	Не	Да
Валуты	Не	Не	Да
Статуси на поръчки	Не	Не	Да
Държави и области	Не	Ограничено	Да
Географски зони	Не	Не	Да
Данъчни ставки	Не	Не	Да
Данъчни класове	Не	Не	Да
Мерни единици	Не	Не	Да
Потребителски права	Не	Не	Да
Разширения и OCMOD	Не	Не	Да

49. Златни правила

1. Изключвайте, вместо да изтривате.
2. Проверявайте, преди да създавате нов запис.
3. Не променяйте кодове, които се използват от интеграции.
4. Не променяйте SEO URL на активни страници без план за пренасочване.
5. Попълвайте всички активни езици.
6. След всяка промяна проверявайте публичната страница.
7. Не редактирайте данъци, валуты и географски зони без разрешение.
8. Първо създавайте новите продукти като изключени.
9. Не публикувайте продукт без цена, категория, изображение и модел.
10. При системна грешка не правете поредица от случайни промени.
11. Не използвайте един и същ SEO URL за различни обекти.
12. Не създавайте дублиращи атрибути, опции и производители.
13. Проверявайте крайната цена в количката, не само в администрацията.
14. Не приемайте, че промяната засяга само един магазин при Multi-Store.
15. Документирайте масовите и критичните промени.

50. Минимален формуляр за отчет на извършена промяна

Дата:
Администратор:
Магазин:
Обект:
Продукт/категория:
Модел/SKU:
Извършена промяна:
Стара стойност:
Нова стойност:
Причина:
Одобрил:
Проверено в публичната част:
Забележки:

Този формуляр е особено препоръчителен за:

- промени на цена;
- масови актуализации;
- промени на наличност;
- преместване на категории;
- SEO URL;
- промоции;
- данъчни класове;
- изключване на големи групи продукти.