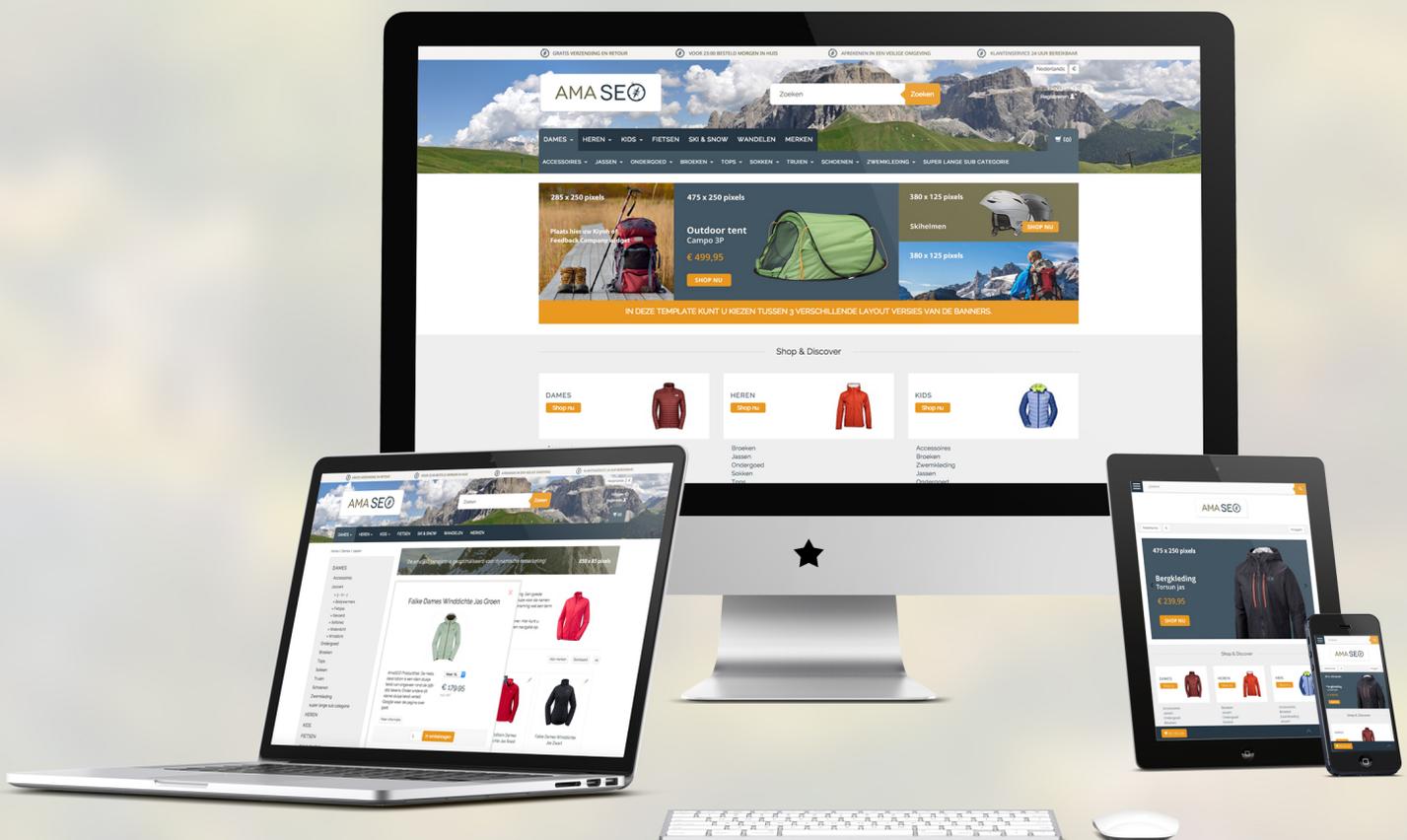


AMASEO

- ✓ Vollständig responsiv
- ✓ Retina ready
- ✓ Wahl aus Doppel- und Einfachmenü
- ✓ Sticky Menü, Warenkorb und Suchbalken
- ✓ Eingebautes Dynamisches Remarketing Tag
- ✓ 3 verschiedene Homepage-Slider Layouts
- ✓ Schnelle Jetzt-Kaufen-Funktion auf den Kategorieseiten



Das amaSEO Template von OOSEOO

Der Erfolg von Amazon.com im E-Commerce, ein *tolles* Design und das Knowhow vom Online-Marketingbüro OOSEOO auf dem Gebiet von SEO & SEA. Diese Kombination von Erfolgsfaktoren bildet gemeinsam die Basis für unser amaSEO Template.

Faszinierendes Design & Conversion steigernder Entwurf

amaSEO ist für jeden bestimmt, der das Maximum aus seinem oder ihrem Webshop holen will. Der Entwurf von amaSEO basiert auf Benutzerfreundlichkeit (*usability*) und einem Conversion steigerndem Design, kombiniert mit diversen einzigartigen Funktionalitäten, die umsatzsteigernd wirken.

amaSEO wurde optimiert für Google AdWords und ist bereit für dynamisches Remarketing!

Der benötigte Code für dynamisches Remarketing über Google AdWords ist im amaSEO Template standardmäßig für Sie eingebaut! Das einzige was Sie noch selbst tun müssen ist das Ausschneiden des Standard Google Remarketing Codes aus dem AdWords Interface und das Einfügen in das Backend von SEOshop. In unserer Gebrauchsanleitung zum amaSEO Template steht, wie Sie dies ganz einfach selbst tun können.

Clever entworfen für sehr große sowie für kleinere Webshops

amaSEO ist durch den cleveren Entwurf nicht nur die perfekte Lösung für sehr große Webshops, sondern auch für Webshops mit einem kleineren Sortiment. Durch die einzigartige Struktur verleiht amaSEO jedem Webshop eine professionelle Ausstrahlung.

amaSEO wird in drei verschiedenen Editionen angeboten, die jede ein vollständig anderes *Look and Feel* haben. Und das, obwohl die verschiedenen Editionen alle das amaSEO Template als Basis haben. Besuchen Sie hier unsere verschiedenen Editionen:

amaSEO Outdoor Edition
amaSEO Beauty Edition
amaSEO Gadget Edition

Die Stärke des amaSEO ist die große Menge an Funktionalitäten, die anpassbar sind. Viele Funktionen sind auch gesondert ein- und auszuschalten. Dies alles geht ohne technische Kenntnisse ganz einfach im Backend Ihres SEO-Shops. Sie können so Ihren Webshop mit höchster Präzision einrichten und "branden", sodass der Webshop die richtige Zielgruppe anspricht. Nichts hindert Sie daran, Online-Marktführer zu werden!

Einige Beispiele der verschiedenen anpassbaren Funktionalitäten:

- Wahl zwischen Doppel- und Einfachmenü;
- Sticky Menü, Warenkorb und Suchbalken;
- Vollständig responsiv;
- Retina ready
- Eingebautes Dynamische Remarketing Tag für Google AdWords;
- Smart Mouseover Warenkorb Funktion mit Gesamtwinkelwagen mit Gesamtwerten;
- 3 verschiedene Homepage Slider Layouts mit Pay-off/Slogan Möglichkeit;
- Wahl aus 3 oder 4 Kategorien nebeneinander auf den Start- und Übersichtsseiten;
- Text sowohl unten als auch oben auf den Kategorie-Seiten einzufügen;
- Produktfotos auf der Kategorie-Seite umrandet oder freistehend;
- Wahl aus 3 verschiedenen Warenkorb-Tätigkeiten, und zwar
 - Shop-now-Funktion (Jetzt-Kaufen) auf den Kategorie-Seiten
 - "Wurde in Ihren Warenkorb gelegt" Popup-Funktion
 - "Fly to cart" Funktion (in den Warenkorb verschieben)
- Wahl aus 3 oder 5 Produkten nebeneinander auf den Kategorie-Seiten;
- Anpassbare Symbole für die Wunschliste;
- Kategorie-Banner;
- Produktseiten-Banner;
- Doppelter Footer;
- Anpassbare Labels für Sale und/oder Rabatte;
- Und noch viel mehr!

Perfekte Wiedergabe auf Desktop, Tablet und Smartphone!

Selbstverständlich ist amaSEO 100% responsiv und das bedeutet, dass Ihr Webshop auf allen Displays perfekt wiedergegeben wird. Auf Basis des Geräts und der Größe des Displays hat der Kunde immer einen perfekt funktionierenden Webshop, der mit einem äußerst benutzerfreundlichen Design versehen ist. amaSEO erzielt 100/100 Punkte bei allen für Google wichtigen Aspekten, wenn es um die besten Erlebenseindrücke für die Nutzer vom Webshop auf Tablets und Smartphones geht. Das ist nicht nur für die Erlebenseindrücke für die Nutzer sehr wichtig, sondern auch auf dem Gebiet SEO. Vor allem in der nahen Zukunft werden die Erlebenseindrücke für die Nutzer auf Mobilgeräten ein immer wichtigerer SEO-Factor werden.

Mehr Conversions, bereit für die Zukunft

Immer mehr Suchaufträge in Google werden auf Mobilgeräten ausgeführt. Mit dem 100% responsiven und OOSEOO optimierten amaSEO Template wird der Umsatz ständig steigen. Dieses Template ist zweifellos eine perfekte Basis für einen Webshop, der 100% OOSEOO proof© ist!

Exzellenter Support, sogar wenn Sie unser Template nicht nutzen!

Das Besondere ist, dass amaSEO nicht einfach mit Blindtexten ausgestattet ist. Aufgrund unserer jahrelangen Erfahrung auf den Gebieten SEO und SEOshop hat OOSEOO an allen Stellen im Template, wo immer es möglich ist, Hilfefunktion in Sachen SEO eingefügt. So wissen Sie genau, wo und was Sie ausfüllen müssen, damit Ihr Webshop optimal in Google auffindbar ist.

Schauen Sie sich hier amaSEO an und entdecken Sie mit eigenen Augen, wie vielseitig dieses Thema ist. Auf der Suche nach Tipps auf dem Gebiet SEO in Kombination mit SEOshop? Auch dann ist ein Besuch unserer Demo des amaSEO sicherlich empfehlenswert!

Worauf muss ich bei der Installation des amaSEO Templates achten?

Hilfe! Mein Webshop sieht nach der Installation des Templates seltsam aus?

Keine Panik, dies sehen Ihre Besucher nicht! Weil Sie selbst sehr oft Ihren eigenen Webshop besuchen, stehen die Elemente des vorigen Templates und die Abbildungen im Cache Ihres Browsers. Diese können mit dem neuen Template und seinen neuen Elementen in Konflikt geraten.

Nachdem Sie das amaSEO Template installiert haben, müssen Sie zuerst einige Male auf CTRL + F5 (Windows) oder CMD + SHIFT + R (Mac) drücken oder das Cache manuell über die Einstellungen Ihres Browsers leeren. Hiernach wird Ihr Browser den Webshop mit einem sauberen Layout in korrekter Wiedergabe anzeigen.

Fehlende Abbildungen nach der Installation des Templates.

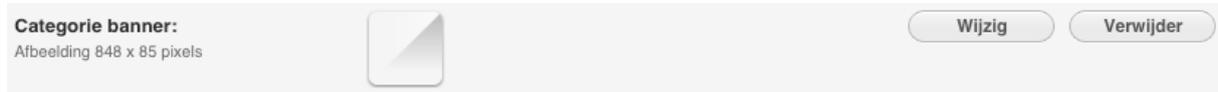
Es kann sein, dass nach der Installation des Templates im Webshop Abbildungen fehlen. Dies betrifft z.B. den Kategorie-Banner oder Produkt-Banner. Sie sehen dann ein Symbol wie folgt:



Wenn Sie hier eine Abbildung uploaden, wird das Symbol verschwinden und durch die hochgeladene Abbildung ersetzt.

Wenn Sie die Abbildungen nicht verwenden möchten, aber das Symbol entfernen wollen, müssen Sie folgendes tun:

Gehen Sie bei Design > Einstellungen auf die betreffende Abbildung und klicken Sie auf 'Entfernen', auch wenn hier keine Abbildung hochgeladen wurde.



Klicken Sie rechts unten auf 'Speichern' und das Symbol wird verschwinden.

Abbildungen in Retina

In diesem Template können Sie alle Abbildungen auch im Retina-Format uploaden. Durch das Uploaden Ihrer Abbildungen im Retina-Format werden diese auf Tablets und Laptops mit Retina-Displays schärfer wiedergegeben.

Wie funktioniert Retina

Ein Retina-Display hat eine doppelte Pixeldichte im Vergleich zu einem normalen Display. Das bedeutet, dass eine Abbildung mit einer normalen Pixeldichte auf einem Retina-Display verschwommen wiedergegeben wird. Das vermeiden Sie, indem Sie eine Abbildung doppelt vergrößern. Ein Retina-Display skaliert die Abbildung nämlich wieder in die Originalgröße zurück, aber mit der doppelten Pixeldichte, wodurch sie schärfer als das Original angezeigt wird.

Was muss ich dafür tun?

Sie müssen die Abbildung in einem genau zweimal größeren Format uploaden. Um Ihnen dies zu erleichtern, steht in dieser Gebrauchsanleitung bei jeder Abbildung, welches Format korrekt ist.

0.1 Allgemein

Breite der Wiedergabe

Durchgehend:

Das bedeutet, dass die Inhaltsflächen bis an die Seiten des gesamten Displays gehen.

Abgegrenzt:

Das bedeutet, dass der Inhalt eine bestimmte Breite hat und somit abgegrenzt ist.

Hintergrundbild

Hier können Sie eine Abbildung für den Hintergrund einfügen.

Abbildung wiederholen

Hier können Sie die Abbildung wiederholen lassen oder nicht. Außerdem können Sie einstellen, ob die Abbildung mitscrollen soll (scroll) oder feststehen bleiben muss (fixed).

Position der Abbildung

Hier können Sie einstellen, welcher Teil der Abbildung gezeigt werden muss, z.B. die Oberseite, die Mitte oder die Unterseite.

Hintergrundfarbe

Hier können Sie die Hintergrundfarbe der ganzen Website einstellen.

Hintergrundfarbe des Inhalts

Hier können Sie die Hintergrundfarbe für den Inhalt einstellen.

Schriftart

Hier können Sie aus verschiedenen vorab ausgewählten Schriftarten wählen.

Textgröße

Hier können Sie die Textgröße einstellen, diese kann je nach Schriftart unterschiedlich sein.

Textfarbe

Hier können Sie die Farbe der Texte auf der ganzen Website einstellen.

Textbuttons

Hier können Sie die Farbe aller Buttons auf der Website einstellen.

Textfarbe der Buttons

Hier können Sie die Textfarbe aller Buttons auf der Website einstellen.

Farbe der Preise

Hier können Sie die Farbe aller Preise auf der Website einstellen.

Textfarbe der Links

Hier können Sie die Farbe aller Links auf der Website einstellen.

Button Suchbalken

Hier können Sie die Hintergrundfarbe des Buttons im Suchbalken einstellen.

Button Infos

Hier können Sie die Hintergrundfarbe aller 'mehr Informationen' Buttons einstellen.

Button Jetzt kaufen

Hier können Sie die Hintergrundfarbe aller 'Warenkorb/Jetzt kaufen' Buttons einstellen.

0.2 Header

Wiedergabe des Headers

Option 1 - Logo an der linken Seite

Mit dieser Einstellung wird der Header wie im folgenden Beispiel eingeteilt:



Option 2 - Logo in der Mitte

Mit dieser Einstellung wird der Header wie im folgenden Beispiel eingeteilt:



Logo

Hier können Sie Ihr Firmenlogo einfügen.

Abmessung: 250 x 85 Pixel

Abmessung Retina: 500 x 170 Pixel

Favicon

Hier können Sie ein 16x16 Pixel großes Favicon uploaden.

Hintergrundabbildung Header

Hier können Sie eine Hintergrundabbildung für den Hintergrund Header uploaden.

Wenn Sie die *Option 'Breite der Wiedergabe: Durchgehend'* gewählt haben und Sie möchten die Abbildung über die gesamte Breite, empfehlen wir Ihnen, für ein optimales Ergebnis eine mindestens 2000 x 275 Pixel große Abbildung zu verwenden. Sie können auch eine kleinere Abbildung verwenden, die Sie anschließend mit der Option *'Abbildung wiederholen'* wiederholen lassen können.

Wenn Sie die *Option 'Breite der Wiedergabe: Begrenzt'* gewählt haben und Sie möchten die Abbildung über die gesamte Breite, empfehlen wir Ihnen, eine mindestens 1170 x 250 Pixel große Abbildung zu verwenden.

Wenn Sie keine Abbildung uploaden, können Sie eine Hintergrundfarbe für den Header einstellen.

Abbildung wiederholen

Hier können Sie die Abbildung wiederholen lassen oder nicht. Außerdem können Sie einstellen, ob die Abbildung mitscrollen soll (scroll) oder feststehen bleiben muss (fixed).

Position der Abbildung

Hier können Sie einstellen, welcher Teil der Abbildung gezeigt werden muss, z.B. die Oberseite, die Mitte oder die Unterseite.

Hintergrundfarbe des Headers

Hier können Sie eine Hintergrundfarbe einstellen, wenn Sie keine Hintergrundabbildung für den Header verwenden.

Textfarbe des Headers

Hier können Sie die Textfarbe des Headers einstellen. Das gilt für das Einloggen und Registrieren links.

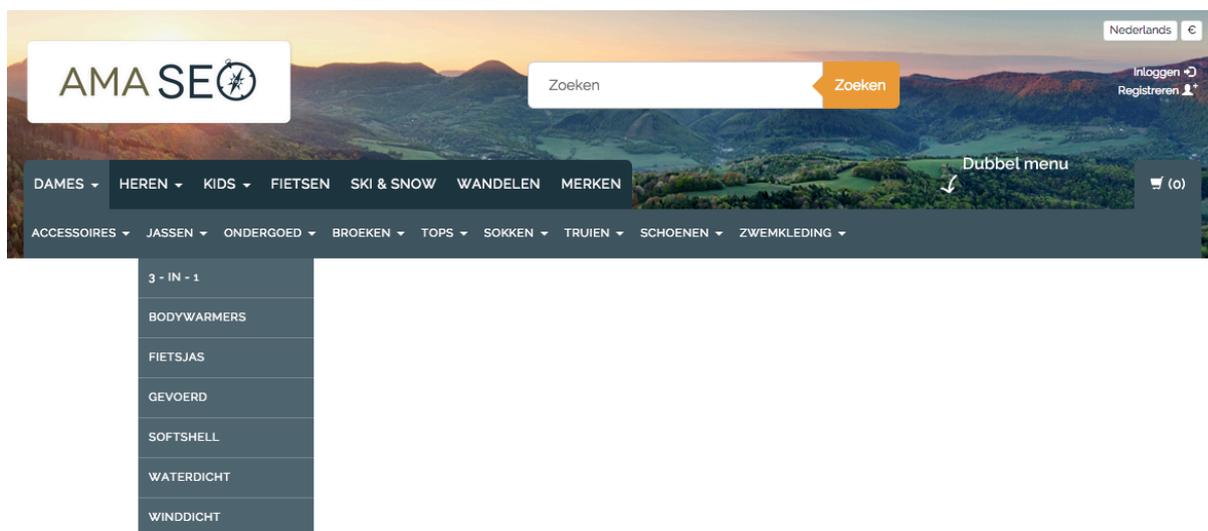
0.2.1 Header | Navigation

Wiedergabe des Menüs

Doppelmenü

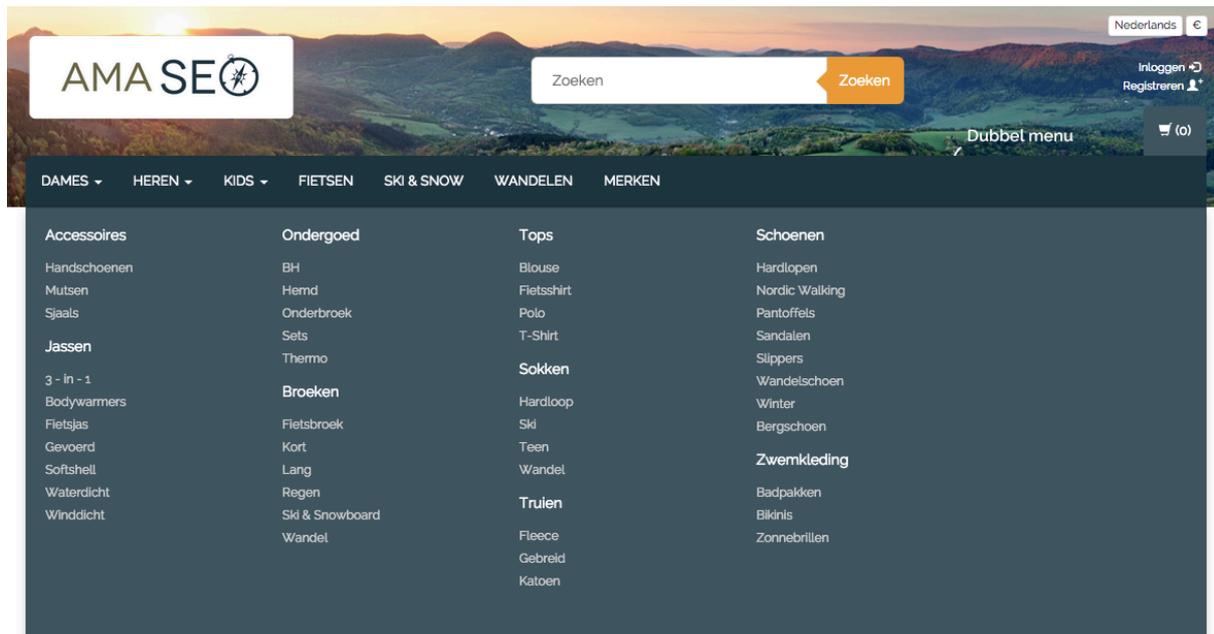
Wenn Sie diese Option wählen, wird ein Doppelmenü angezeigt. D.h., dass die Hauptkategorien bereits mit der ersten Schicht Unterkategorien eingeblendet werden, ohne dass man mit dem Mauszeiger darüber geht. Wenn Sie mit der Maus über die Unterkategorien gehen, erscheint ein Aufklappmenü mit den Unter-Unterkategorien der betreffenden Kategorie.

Diese Funktion ist insbesondere für Webshops mit vielen Kategorien und vielen Unterkategorien geeignet. Wenn Sie zwar viele Hauptkategorien, aber wenige Unterkategorien haben, empfehlen wir die Option *´Wiedergabe des Menüs: 2 Schichten anwenden´*.



Einfaches Menü

Wenn Sie diese Option wählen, wird ein Standardmenü mit 1 Reihe Hauptkategorien angezeigt. Wenn Sie mit der Maus über diese Hauptkategorien gehen, erscheint eine Dropdown-Liste mit den Unterkategorien der betreffenden Hauptkategorie.



Hintergrundfarbe Navigation oben

Hier können Sie die Hintergrundfarbe der oberen Navigationsschicht des Doppelmenüs einstellen.

Hintergrundfarbe Navigation unten

Hier können Sie die Hintergrundfarbe der unteren Navigationsschicht des Doppelmenüs einstellen. Wir empfehlen, die gleiche Farbe wie in der oberen Schicht zu verwenden, aber einige Töne heller, für einen optimalen Effekt.

Wenn Sie die Option ´Wiedergabe des Menüs: 2 Schichten´ gewählt haben, wird diese Farbe für die Dropdown-Liste verwendet.

Textfarbe der Navigation

Hier können Sie die Textfarbe der gesamten Navigation einstellen.

Marken im Menü verbergen

Wenn Sie Marken im Menü erstellt haben, diese aber nicht im Menü anzeigen wollen, können Sie sie hier ausschalten.

0.2.2 Header | USPs

Sichtbarkeit der USPs

Hier können Sie die USPs oben im Webshop unsichtbar machen oder wiedergeben.

Wiedergabe USP-Balken

Sticky:

Mit dieser Option machen Sie den USP-Balken sticky. Das bedeutet, dass dieser Text oben auf der Seite 'befestigt' bleibt, wenn nach unten gescrollt wird. Er wird über der Navigation angezeigt, diese ist standardmäßig befestigt.

Non sticky:

Mit dieser Option ist der USP-Balken nicht sticky bzw. befestigt.

Hintergrundfarbe der USPs

Hier können Sie die Hintergrundfarbe des USP-Balkens einstellen. Das gilt nur, wenn die Option *'Breite der Wiedergabe: Durchgehend'* gewählt wurde. Die Hintergrundfarbe füllt die Balken an den Seiten, wo die Abbildungen aufhören.

Tipp! Speichern Sie die USP-Abbildungen als .png Datei mit einem transparenten Hintergrund. So können Sie später die Hintergrundfarbe der USPs leicht ändern, ohne die Abbildungen erneut mit der neuen Hintergrundfarbe bearbeiten zu müssen. Den besten Effekt erreichen Sie natürlich, wenn die gleiche Hintergrundfarbe die Abbildungen durchläuft.

USP Abbildung 1, 2, 3 und 4

Hier können Sie die Abbildungen für die USPs uploaden. Das Format der Abbildungen ist 285 x 30 Pixel. Wenn die Abbildungen größer oder kleiner sind, werden sie in das korrekte Format skaliert, was ein verschwommenes oder körniges Ergebnis zur Folge haben kann.

Abmessung: 285 x 30 Pixel

Abmessung Retina: 570 x 60 Pixel

Link 1, 2, 3 und 4

Hier können Sie den verschiedenen USPs einen separaten Link geben. Z.B. zur Versenden & Retournieren-Seite, wenn Sie z.B. ein USP zum kostenlosen Versand haben.

USP-Banner nach Maß erstellen

Erstellen Sie eine 1170 x 30 Pixel große Datei. Geben Sie Ihre (4) USPs ein. Beachten Sie eine korrekte Ausrichtung. D.h., dass zwischen jedem USP gleichviel Abstand besteht.

GRATIS VERZENDING EN RETOUR

VOOR 23:00 BESTELD MORGEN IN HUIS

AFREKENEN IN EEN VEILIGE OMGEVING

KLANTENSERVICE 24 UUR BEREIKBAAR

Anschließend trennen Sie diese Datei in vier gleiche Teile. Jede Abbildung muss letztendlich 285 x 30 Pixel betragen. Das ist auch das Format, das im Backend standardmäßig eingestellt ist. Sind die Abbildungen größer oder kleiner als das angegebene Format, werden sie verschwommen angezeigt.

GRATIS VERZENDING EN RETOUR

VOOR 23:00 BESTELD MORGEN IN HUIS

AFREKENEN IN EEN VEILIGE OMGEVING

KLANTENSERVICE 24 UUR BEREIKBAAR

Es macht nichts, wenn der Text eines USP nicht in 1 Abbildung passt. Alle Abbildungen werden ordentlich nebeneinander platziert, ohne weißen Zwischenraum. Wenn Sie die Abbildung gut auf Pixel zurechtschneiden, sehen Sie letztendlich im Webshop nichts davon.

0.3 Homepage

Geschwindigkeit des Sliders

Hier können Sie die Geschwindigkeit des Sliders einstellen. Hier gilt: je höher die Zahl, umso langsamer der Slider.

Sichtbarkeit der Überschriften bei Mobilgeräten

Hier können Sie die Sliders (Headlines/Überschriften) auf der mobilen Wiedergabe ausschalten. Wenn diese Option auf *Wiedergeben* steht, werden die Headlines automatisch auf das richtige Format für das betreffende Smartphone skaliert. Sie brauchen hierzu also keine separaten Mobil-Headlines upzuloaden.

Sichtbarkeit der Kategorien

Hier können Sie Kategorieübersicht unsichtbar machen oder wiedergeben.

Aus SEO-technischen Gründen empfehlen wir, auf der Homepage keine zusätzlichen Links zu Kategorie- und/oder Produktseiten einzustellen, die bereits im Menübalken vorkommen. Das kann den Wert des Suchwortes, für das die Homepage optimiert wurde, vermindern.

Sichtbarkeit der Unterkategorien

Hier können Sie einstellen, ob Sie die Liste mit Unterkategorien unter den Hauptkategorie-Blöcken anzeigen wollen. Wenn diese Option auf *Wiedergeben* steht, werden die ersten 5 Unterkategorien angezeigt. Wir empfehlen, diese Option auf *Verbergen* einzustellen, wenn Sie keine oder wenige Unterkategorien haben.

Sichtbarkeit der empfohlenen Produkte

Hier können Sie die empfohlenen Produkte unsichtbar machen oder wiedergeben.

Sichtbarkeit neuer Produkte

Hier können Sie die neuen Produkte unsichtbar machen oder wiedergeben. Wenn Sie diese unsichtbar machen, werden die reduzierten Produkte in der ganzen Breite wiedergegeben, allerdings nur, wenn diese auf *Wiedergeben* stehen.

Sichtbarkeit reduzierter Produkte

Hier können Sie die reduzierten Produkte unsichtbar machen oder wiedergeben. Wenn Sie diese unsichtbar machen, werden die neuen Produkte in der ganzen Breite wiedergegeben, allerdings nur wenn diese auf *Wiedergeben* stehen.

Sichtbarkeit Newsbrief

Hier können Sie das Anmeldeformular für den Newsbrief neben dem Homepage-Text unsichtbar machen. Das Formular im Footer wird hiermit auch verborgen.

Sichtbarkeit Tags

Hier können Sie die Tags unsichtbar machen. Aus SEO-technischen Gründen empfehlen wir, diese immer zu unsichtbar machen. Lesen Sie im Folgenden die Erklärung dafür.

Der falsche Gebrauch von Tags kann einen negativen Effekt auf das organische Ranking Ihrer Website in Google haben. Außerdem raten wir, mit den Tags sparsam umzugehen und nur relevante Begriffe zu wählen.

Wenn Sie Tags auf der Homepage ausschalten, bedeutet dies nicht, dass Sie gar keine Tags haben. Sie können nämlich immer noch Tags im Backend erstellen. Außerdem können die Seiten immer noch durch Suchmaschinen indexiert werden.

Die unkorrekte Anwendung von Tags kann zu einem Duplicate Content führen. Außerdem können zu viele Links auf eine Seite gelangen. Sowohl Duplicate Content als auch zu viele Links auf eine Seite haben einen negativen Einfluss auf die Position des Webshops in den Suchergebnissen von Google.

0.3.1 Homepage | Slider

Formgebung des Sliders

In diesem Teil können Sie aus 3 verschiedenen Anzeigen der Banner auf der Homepage wählen. Im Folgenden finden Sie zu jeder Option ein Beispiel mit den Abmessungen der Abbildungen. Die Abbildungen, bei denen *Headlines* steht, müssen Sie bei Design > Headlines uploaden. Dies sind solche Slider, die Sie wahrscheinlich aus einem vorigen Template gewohnt sind.

Option 1

<p>Optie 1 Afbeelding 1</p> <p>285 x 250 pixels Retina: 570 x 500 pixels</p>	<p>Headlines</p> <p>475 x 250 pixels Retina: 950 x 500 pixels</p>	<p>Optie 1 Afbeelding 2</p> <p>385 x 125 pixels Retina: 760 x 250 pixels</p> <hr/> <p>Optie 1 Afbeelding 3</p> <p>385 x 125 pixels Retina: 760 x 250 pixels</p>
---	--	---

Option 1 | Kiyoh Widget / Option 1 | Feedback Company Widget:

Wenn dieses Feld ausgefüllt ist, wird diese erste Abbildung *Option 1 | Abbildung 1* überschrieben und das Kiyoh Widget wird angezeigt. Sie können also wählen, ob eine Abbildung oder das Kiyoh oder Feedback Company Widget angezeigt wird.

Auf Seite 27 dieser Gebrauchsanleitung finden Sie eine ausführliche Beschreibung, wie Sie die richtigen URLs der Widgets einfügen können.

Option 2

<p>Optie 2 Afbeelding 1</p> <p>285 x 250 pixels Retina: 570 x 500 pixels</p>	<p>Headlines</p> <p>655 x 250 pixels Retina: 1330 x 500 pixels</p>	<p>Optie 2 Afbeelding 2</p> <p>190 x 250 pixels Retina: 380 x 500 pixels</p>
---	---	---

Option 2 | Kiyoh Widget / Option 2 | Feedback Company Widget:

Wenn dieses Feld ausgefüllt ist, wird diese erste Abbildung *Option 2 | Abbildung 1* überschrieben und das Kiyoh Widget wird angezeigt. Sie können also wählen, ob eine Abbildung oder das Kiyoh oder Feedback Company Widget angezeigt wird.

Option 3**Headlines**

1170 x 250 pixels

Retina: 2340 x 500 pixels

Wenn Sie diese Option wählen, können Sie eine Abbildung an den Slider hinzufügen, der über die gesamte Breite der Website angezeigt wird. Auch hier müssen Sie eine Mobil-Abbildung hinzufügen, die auf kleineren Displays angezeigt wird.

Wichtig: Die Auflösung der Mobil-Abbildung unterscheidet sich von der originalen Abbildung.

Abmessung: 1170 x 300 Pixel

Abmessung Mobilgerät: 786 x 400 Pixel

Effekt des Sliders**Fade:**

Mit dieser Option werden die Slider langsam ineinander übergehen (faden).

Slide:

Wenn Sie die Option 'Slide' wählen, werden die Slider nacheinander in das Bild sliden.

0.4 Kategorie-Seite

Kategorie-Banner

Hier können Sie Kategorie-Banner uploaden. Dieser Banner wird auf jeder Kategorie-Seite angezeigt und ist daher auch auf jeder Kategorie-Seite gleich.

Abmessung: 848 x 85 Pixel

Abmessung Retina: 1696 x 170 Pixel

Link Kategorie-Banner

Hier können Sie den Kategorie-Banner uploaden.

Wiedergabe der Kategorien

Hier können Sie einstellen, ob Sie auf den Kategorie-Seiten 3 oder 4 Kategorien nebeneinander anzeigen wollen.

Wiedergabe der Kategorie-Texte

Über den Produkten:

Hiermit können Sie den Kategorie-Text über den Produkten anzeigen lassen.

Unter den Produkten:

Hiermit können Sie den Kategorie-Text unter den Produkten anzeigen lassen.

Lesen Sie mehr über die Funktion Kategorie-Text

Wenn ein Text länger als 500 Zeichen ist, wird automatisch eine 'lesen Sie weiter' Funktion hinzugefügt. Das bedeutet, dass der Text standardmäßig zusammengeklappt ist, aber mit einem Klick auf den 'lesen Sie weiter' Button wird der Rest vom Text aufgeklappt.

Auf diese Weise kann der Nutzer gegebenenfalls den ganzen Text lesen, das hat aber keinen Einfluss auf das Design. Im Übrigen hat dies keinen Einfluss auf SEO, der Text wird weiterhin durch Google indexiert.

Wiedergabe der Produkte

Hier können Sie einstellen, ob Sie in der Produktübersicht 3,4 oder 5 Produkte nebeneinander anzeigen wollen.

Sichtbarkeit der Rahmen um Produkte

Hier können Sie wählen, ob Sie einen hellgrauen Rahmen um die Produkte anzeigen wollen.

Warenkorb Button

Shop now

Wenn Sie diese Option wählen, kann der Besucher schnell und einfach ein Produkt bestellen. Wenn man auf den Button klickt, erscheint die Produktseite in klein in einem Pop-up-Fenster auf der Kategorie-Seite. Hier kann man direkt (wenn vorhanden) Produktoptionen, extra Felder und eine Anzahl wählen. Das beschleunigt den Kaufprozess und kann der Conversion sicher zu gute kommen.

Fly to cart

Wenn Sie diese Option wählen, wird bei einem Klick auf den ´Hinzufügen´ Button sofort ein Bild des Produkts in den Warenkorb ´fliegen´. Das erfolgt mit einer fließenden Animation. Auf diese Weise wird das Produkt buchstäblich visuell in den Warenkorb gelegt.

Pop-up

Wenn Sie diese Option wählen, wird das Produkt sofort in den Warenkorb gelegt. Um dies für den Besucher zu verdeutlichen, wird ein Pop-up-Fenster angezeigt, indem der Besucher wählen kann, ob er sofort im Warenkorb zahlen oder weiter einkaufen möchte. Beim Weitereinkaufen wird der Besucher auf der gleichen Seite bleiben, beim Zahlen wird er zur Warenkorb-Seite weitergeleitet.

Sichtbarkeit kürzlich angesehen

Hier können Sie den kürzlich angesehen Feed unsichtbar machen oder wiedergeben.

Sichtbarkeit vergleichen

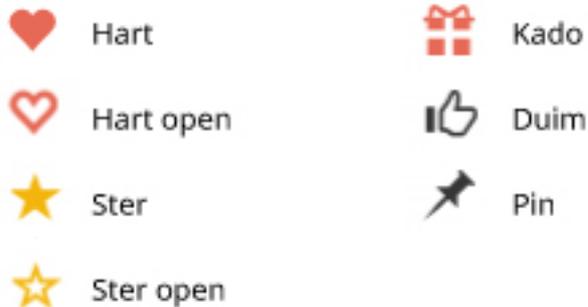
Hier können Sie die Option ´vergleichen´ unsichtbar machen oder wiedergeben.

Sichtbarkeit der Wunschliste

Hier können Sie die Wunschliste unsichtbar machen oder wiedergeben.

Symbol der Wunschliste

Hier können Sie für die Funktion 'Wunschliste' ein vorab eingestelltes Symbol wählen.



Sichtbarkeit Sale-Label

Wenn ein Produkt reduziert ist, erscheint automatisch ein Sale-Label beim Produkt. Hier können Sie das Sale-Label unsichtbar machen oder wiedergeben.

Hintergrundfarbe Sale-Label

Hier können Sie die Hintergrundfarbe des Sale-Labels einstellen.

Text Sale-Label

Hier können Sie den Text ändern, der im Label angezeigt wird.

Hintergrundfarbe Custom-Label

Hier können Sie den ausgewählten Produkten ein zusätzliches Custom-Label hinzufügen. Um dieses zu aktivieren, müssen Sie erst die 'extra Template Data' anschalten. Dies machen Sie bei *Einstellungen > Workflow > Extra Template Data*.

Indem diese extra Data angeschaltet werden, erscheinen bei jedem Produkt im Backend 3 extra Felder. Sie können das Label bei einem Produkt aktivieren, indem Sie im ersten Feld 'Custom-Label' eingeben.

you want to make your webshop more user friendly. An optimized text can improve usability.	
Extra template data	
gegevens 01:	<input type="text" value="custom-label"/>
gegevens 02:	<input type="text"/>
gegevens 03:	<input type="text"/>

Text Custom-Label

Hier können Sie den Text eingeben, der im Custom-Label angezeigt wird.

0.5 Produktseite

Warenkorb Button

Fly to cart

Wenn Sie diese Option wählen, wird bei einem Klick auf den Hinzufügen-Button sofort ein Bild des Produkts in den Warenkorb 'fliegen'.

Das erfolgt mit einer fließenden Animation, auf diese Weise wird das Produkt buchstäblich visuell in den Warenkorb getan.

Pop-up

Wenn Sie diese Option wählen, wird das Produkt sofort in den Warenkorb gelegt. Um dies für den Besucher zu verdeutlichen, wird ein Pop-up-Fenster angezeigt, indem der Besucher wählen kann, ob er sofort im Warenkorb zahlen oder weiter einkaufen möchte. Beim Weitereinkaufen wird der Besucher auf der gleichen Seite bleiben, beim Zahlen wird er zur Warenkorb-Seite weitergeleitet.

Produktbanner

Hiermit können Sie einen Banner auf der Produktseite anzeigen lassen. Dieser wird im Informationsfeld direkt über dem Warenkorb-Button erscheinen. An dieser hervorstechenden Stelle können Sie zusätzliche Anreize für den Kunden setzen, um das Produkt in den Warenkorb zu legen, indem Sie Ihre beste USP nochmals erwähnen. Z.B. kostenloser Versand oder heute bestellt, morgen geliefert.

Abmessung: 369 x 71 Pixel

Abmessung Retina: 738 x 142 Pixel

Link Produktbanner

Hier können Sie den Produktbanner verlinken.

Wiedergabe der Produktoptionen

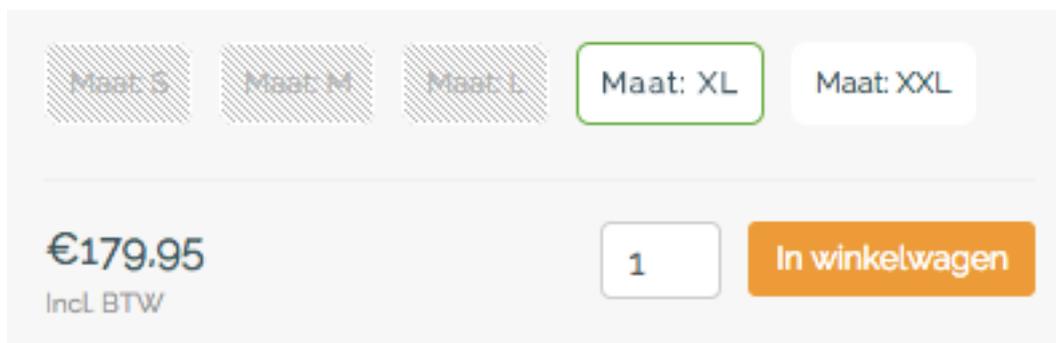
Dropdown-Liste

Mit dieser Option wird die Standard-Dropdown-Liste mit Produktoptionen angezeigt, wie Sie es in Ihrem Webshop gewohnt sind.

Individuelle Wiedergabe

Mit dieser Option werden die Produktoptionen als individuelle Blöcke nebeneinander angezeigt. Auf diese Weise hat der Nutzer schnell eine Übersicht aller verfügbaren Optionen bei einem Produkt.

Siehe die untenstehende Abbildung als Beispiel:



Sichtbarkeit des Vorrats in Stück

Hier können Sie die Anzahlen hinter dem Vorrat wiedergeben oder unsichtbar machen.

0.6 Warenkorb-Seite

Sichtbarkeit des Warenkorb-Banners

Hier können Sie den Warenkorb-Banner unsichtbar machen oder wiedergeben. Diese Option ist nur von Bedeutung bei Webshops, die einen kostenlosen Versand ab einem bestimmten Betrag anwenden.

Wenn diese Option auf Wiedergeben steht, wird auf den Warenkorb-Seiten ein Banner erscheinen mit der Mitteilung, wie viel der Kunde noch dazu bestellen muss, um den kostenlosen Versand zu erhalten. Es wird folgende Mitteilung erscheinen: *"Fügen Sie noch ein Produkt zum Preis von mindestens ... für den kostenlosen Versand hinzu."*

Sobald genug für einen kostenlosen Versand im Warenkorb liegt, erscheint die folgende Mitteilung: *"Herzlichen Glückwunsch, Sie erhalten jetzt den kostenlosen Versand!"*



Bestel nog voor €30.05 en ontvang gratis verzending!

KLIK HIER VOOR MEER INFORMATIE

Hintergrundfarbe des Warenkorb-Banners

Hier können Sie die Hintergrundfarbe des Warenkorb-Banners einstellen.

Betrag kostenloser Versand

Hier geben Sie den Betrag ein, ab dem der kostenlose Versand gilt. Wenn Sie ab 75 € kostenlos versenden, geben Sie hier 75 ein.

0.7 Footer

Abbildung über dem Footer

Hier können Sie eine zusätzliche Abbildung hinzufügen, die direkt über dem Footer erscheint.

Abmessung: 1140 x 97 Pixel

Abmessung Retina: 2280 x 194 Pixel

Hintergrundfarbe des Footers

Hier können Sie die Hintergrundfarbe für den oberen Teil des Footers einstellen. Der untere Teil des Footers erhält die Hintergrundfarbe der Option ´Hintergrundfarbe Content´.

Hintergrundfarbe soziale Medien

Hier können Sie die Hintergrundfarbe des Balkens ´soziale Medien´ einstellen.

URL Facebook

Geben Sie hier die URL Ihrer Facebook-Seite ein. Es erscheint automatisch ein Symbol im Footer.

URL Twitter

Geben Sie hier die URL Ihrer Twitter-Seite ein. Es erscheint automatisch ein Symbol im Footer.

URL Google+

Geben Sie hier die URL Ihrer Google+-Seite ein. Es erscheint automatisch ein Symbol im Footer.

URL Pinterest

Geben Sie hier die URL Ihrer Pinterest-Seite ein. Es erscheint automatisch ein Symbol im Footer.

URL LinkedIn

Geben Sie hier die URL Ihrer LinkedIn-Seite ein. Es erscheint automatisch ein Symbol im Footer.

URL YouTube

Geben Sie hier die URL Ihrer YouTube-Seite ein. Es erscheint automatisch ein Symbol im Footer.

KiYoh Widget

Hier können Sie die URL Ihres Kiyoh-Widget eingeben.

Melden Sie sich bei Ihrem Kiyoh-Account an. Gehen Sie zu 'Veröffentlichen' und wählen Sie das Widget 'mittel'. Kopieren Sie den Code-Teil.

Achtung: Für das beste Resultat müssen Sie auch das iframe um den URL entfernen.

Standardmäßig ist der URL z.B.:

```
<iframe scrolling="no"
src="https://www.kiyoh.nl/widget.php?company=6833&size=180x117"
width="180" height="117" border="0" frameborder="0"></iframe>
```

Ändern Sie das in:

<https://www.kiyoh.nl/widget.php?company=6833>

Feedback Company-Widget:

Hier können Sie die URL Ihres Feedback Company-Widget eingeben.

Melden Sie sich bei Ihrem Feedback Company-Account an. Gehen Sie zu 'Widgets', wählen Sie Widget 1, 2, 3, 4 oder 5. Klicken Sie auf 'Weiter'. Kopieren Sie den unteren Code-Teil (iframe).

Achtung: Geben Sie nicht den ganzen URL bei den Einstellungen ein, sondern nur einen kleinen Teil.

Dies ist z.B. der URL, den Sie erhalten:

```
<iframe scrolling='no' frameborder='0' height='129' width='200' style='display:none;'
id='tfcwidget'
```

```
src='http://beurteilungen.feedbackcompany.nl/widget/12390.html'></iframe> <img  
src='http://beurteilungen.feedbackcompany.nl/samenvoordeel/img/spacer.gif'  
style='display:none;'  
onload='document.getElementById("tfcwidget").style.display="block";'>
```

Sie brauchen allerdings nur den folgenden URL in das Testfeld einzufügen:

<http://beurteilungen.feedbackcompany.nl/widget/12390.html>

Sichtbarkeit RSS-Feeds

Hier können Sie die RSS-Feeds im Footer verbergen oder wiedergeben.

0.7.1 Footer | Firmeninformationen

Firmenname

Geben Sie hier Ihren Firmennamen ein. Er wird im Footer angezeigt.

Straßenname + Hausnummer

Geben Sie hier Ihren Straßennamen und die Hausnummer ein. Sie werden im Footer angezeigt.

Postleitzahl + Ort

Geben Sie hier Ihre Postleitzahl und Ort ein. Sie werden im Footer angezeigt.

Telefonnummer

Geben Sie hier Ihre Telefonnummer ein. Sie wird im Footer angezeigt.

Handelsregisternummer

Geben Sie hier Ihre Handelsregisternummer ein. Sie wird im Footer angezeigt.

USt-IdNr.

Geben Sie hier Ihre USt-IdNr. ein. Sie wird im Footer angezeigt.

0.8 Übersetzungen | Deutsch

Hier können Sie alle Banner und Abbildungen in deutschen Varianten uploaden. Diese werden in der deutschen Version des Shops angezeigt.

0.8 Übersetzungen | Englisch

Hier können Sie alle Banner und Abbildungen in englischen Varianten uploaden. Diese werden in der englischen Version des Shops angezeigt.

Support

Haben Sie Fragen oder Anmerkungen zu diesem Template?
Wir helfen Ihnen gern!

Sie können uns über diese Kontaktdaten erreichen:

Telefonnummer: +31 (0)33 7600110

E-Mail: info@ooseoo.com

Haben Sie spezifische Fragen an unsere Mitarbeiter? Die E-Mail-Adressen unserer Designer und Marketingspezialisten finden Sie auf www.ooseoo.com/ooseoo-internetmarketing-amersfoort.