

1. Introducere

MRex v3 este a treia generație a populării platforme de comerț electronic Maginosaurus Rex, dezvoltată de KSD / Pinbud Internațional începând cu anul 2006. De-a lungul timpului, profitând și de faptul că, la momentul apariției, era prima platformă de magazin online la cheie oferită la un preț decent, MRex a devenit astăzi cea mai populară soluție de comerț electronic pentru comercianții români care își doresc un magazin online propriu, independent, fără să depindă de plăți recurente către furnizori terți, anumite servicii de hosting sau contractarea altor servicii.

În timp, MRex a devenit o platformă din ce în ce mai matură: ultima variantă a scriptului beneficiază astfel atât de experiența imensă acumulată de echipa de programare și design din spatele platformei, cât și de feedbackul transmis de cea mai mare bază de clienți din România.

2. Capitolele principale din interfața de administrare

Interfața de administrare e împărțită în 5 secțiuni principale:

- „Catalogul de produse”: conține toate meniurile necesare administrării catalogului de produse.
- „Administrarea magazinului”: conține meniurile necesare pentru administrarea comenzilor, listelor de utilizatori, de comentarii etc.
- „Marketing & Design”: de aici puteți seta toate elementele care să asigure succesul comercial al magazinului, adică promoții grafice (banere), vitrina magazinului, produsul zilei etc.
- „Setări generale”: de aici se fac setările inițiale ale magazinului.
- „Alte instrumente”: conține diverse instrumente utile, cum ar fi instrumentele Google (integrarea magazinului cu Google Analytics, Webmaster Tools) sau interfața de blocare IP.

Pe ecran sunt afișate permanent două instrumente foarte utile:

- Cutia de căutare: indiferent de pagina pe care vă aflați, puteți căuta un produs, un client sau o comandă (folosind codul acesteia)
- Meniul rapid: de aici puteți seta câteva linkuri care să stea permanent pe ecran. Evident, puteți seta linkurile care sunt cele mai accesate în funcție de profilul dumneavoastră. Linkurile sunt legate de contul dvs. de utilizator, deci dacă veți accesa contul propriu de pe alt computer, ele fi rămâne acolo.

În general, ordinea meniurilor este cea logică. De exemplu, la catalogul de produse, este logic că trebuie să aveți mai întâi niște furnizori, apoi să organizați arborele de categorii („rafturile” magazinului) și la final să introduceți produsele.

2.1 Submeniurile rubricii „Catalogul de produse”

- „*Furnizori*”: de aici puteți crea o fișă pentru fiecare dintre furnizorii magazinului. Fiecare furnizor este caracterizat de printr-o denumire și o descriere. Codul XLS este codul care trebuie folosit în cazul actualizării datelor prin SmartXLS (v. mai jos)

- „*Producători*”: aici definiți brandurile (mărcile) comercializate de magazinul dvs. Fișa unui producător conține și instrumentele SEO necesare definirii meta-tagurilor (titlu, descriere, cuvinte cheie). În cazul în care nu le completați, ele se vor construi automat. Dacă bifați mențiunea: „Apare pe toate paginile”, linkul direct către pagina de prezentare a acestui producător va fi afișat în tot magazinul (de obicei în partea din stânga, sub arborele de categorii)

- „*Categorii*”: de aici definiți arborescența categoriilor. Cele mai importante lucruri pe care trebuie să le aveți în vedere sunt următoarele:

- Descrierea categoriilor va fi vizibilă numai în cazul categoriilor de tip părinte (cele care au subcategorii).
- Pentru a configura specificațiile citiți mai jos
- Dacă bifăm la o specificație: „Filtru în lista de produse”, acea specificație va funcționa ca filtru.
- Ordinea specificațiilor poate fi rearanjată sus-jos trăgând cu mouse-ul de ele.
- „UM” se referă la unitatea de măsură. De exemplu, dacă avem o specificație: „Capacitate HDD”, îi vom defini UM: „GB”.

- „*Specificații*”: spre deosebire de variantele precedente, specificațiile se definesc acum din propriul meniu:

Admin - Specificații

Specificațiile pot fi de 4 feluri:

- Tip **grup**: acestea sunt titluri pentru alte specificații (rolul lor va fi decorativ)
- Tip **valori multiple**: acestea sunt specificații care vor putea lua mai multe valori fixe, de exemplu Culoare (valori posibile: alb, roșu, verde etc.) sau Ecran (valori posibile: TFT, LCD etc.)
- Tip **valori unice**: acestea sunt specificații care nu pot avea decât o valoare posibilă (de ex: 3G, valori posibile da / nu, Transport gratuit: da / nu etc.)
- Tip **completare liberă**: aici intră specificațiile care fie au prea multe valori posibile (ex: Diagonala, valori posibile 3.1, 4.5, 8, 9, 10, 11 etc.) fie pot permite introducerea de text (ex: Porturi, cu valoarea „3 USB cu posibilitate de upgradare”). Tot aici intră și specificațiile cărora li se vor putea defini intervale-filtru.

Pașii pentru definirea unei specificații:

1/ Admin - Specificații, click pe butonul verde intitulat Specificație nouă

2/ Completați specificația dorită

3/ Definiți valorile

Dacă specificația e de tip **completare liberă**, valorile se vor defini de pe fișa produsului. Dacă e de tip **valoare multiplă / unică**, se vor defini direct de aici. Apăsați pe butonul „X valori” care se activează în linia specificației.

Pentru a crea o valoare nouă, tastați numele acesteia în input-ul din dreapta. În cazul în care există deja o valoare cu un nume similar, va fi sugerată. Dacă nu există, în sugestie veți avea următoarele opțiuni:

- *Creare + atribuire aici*: apăsați pe această opțiune pentru a crea efectiv această valoare și a o atribui specificației
- *Numai creare*: valoarea va fi salvată în baza de date, dar nu va fi asociată acestei specificații

În cazul în care valoarea există deja, în dreptul numelui ei vor apărea 3 iconuri, fiecare reprezentând o acțiune specifică, explicată pe ecran. Pentru a atribui unei specificații o valoare deja introdusă în baza de date, apăsați pe iconul

Pașii pentru atribuirea unei specificații pe o categorie:

Spre deosebire de vechile variante de magazin, acum nu mai e nevoie să construiți specificațiile dorite pe fișa fiecărei categorii în parte. Dacă aveți trei categorii care au nevoie de specificația „Diagonală”, este suficient acum ca specificația aceasta să fie definită o singură dată și să fie apoi atribuită ori de câte ori este nevoie, pe fiecare categorie la care se pretează.

Pentru a atribui o specificație unei categorii:

1/ Admin - Categori

2/ Apăsați pe butonul „X specificații” din dreptul categoriei dorite

3/ Ca și în cazul valorilor (v. mai sus) folosiți instrumentul de autosugestie pentru a identifica specificația dorită sau pentru a crea o specificație nouă. În clipa în care ați identificat specificația dorită, apăsați pe iconul

Puteți crea specificații direct de pe fișa categoriei.

Opțiunile posibile pentru o specificație sunt:

- Activă / inactivă
- Dacă apare în lista de produse
- Dacă e sau nu filtru. În cazul în care specificația e de tip „valoare multiplă / unică”, valorile de filtrare se vor bifa pe fiecare produs, fiind definite în prealabil la unul din pașii precedenți. Dacă e de tip „completare liberă” se pot seta intervale, în cazul în care se dorește acest lucru.

Pentru a schimba ordinea specificațiilor de pe fișa unei categorii:

În fișa categoriei dorite (ex: Admin : Categori : [X specificații]) trageți cu mouseul sus-jos specificația pe care doriți să o mutați.

Ultimul pas: Bifarea / definirea valorilor pe fișa unui produs

Valorile se bifează sau se definesc (în cazul specificațiilor tip „completare liberă”) pe fișa produsului, din rubrica / tabul „Specificații”.

- „*Produce*”: de aici se pot administra produsele din site. Fișa unui produs este ceva mai complicată (mai bogată) decât în variantele vechi de magazin, dar conținutul rubricilor este ușor de înțeles prin simpla utilizare. În cazul în care există totuși lucruri pe care nu le înțelegeți, apăsați pe semnul întrebării din dreptul câmpului dorit. Vom detalia mai jos numai rubricile care au nevoie de explicații speciale:

- „calculator prețuri”: este util atunci când doriți să setați prețuri fixe sau calculate cu precizie, de exemplu: 99,99 RON sau 120 RON. Introduceți prețul dorit și calculatorul va calcula imediat ce preț trebuie setat în admin pentru ca prețul respectiv să apară în site.
- „Adaosuri”: din tabul adaosuri se pot suprascrie adaosurile de preț (și taxele) setate pe produsul deschis. În MRex, setarea adaosurilor și a taxelor se bucură de o flexibilitate maximă: astfel, deși ele se definesc inițial la nivel de magazin (de exemplu: adaos general 10% și TVA 24%) ele pot fi suprascrise la nivel de categorie, sau la nivel de furnizor, sau la nivel de produs individual (v. mai jos).
- „Poze specificații”: în cazul în care produsul are variante (de exemplu, un tricou cu mai multe culori / modele) puteți urca poze sugestive pentru fiecare variantă. Acestea vor apărea în pagina produsului.
- „Stocuri variante”: în cazul în care dețineți situația stocurilor pentru diverse variante (de ex. stocul pentru „tricou roșu” și stocul pentru „tricou verde”) puteți introduce aici stocurile corespunzătoare. Atunci când cineva va dori să cumpere o anumită variantă, va fi atenționat în cazul în care acea variantă nu mai este în stoc.

Atenție! Stocurile nu se actualizează automat! În cazul în care cineva plasează o comandă pentru 2 produse care au stoc 14, stocul nu se va actualiza automat la 12.

- „*Adaosuri*”: așa cum e scris mai sus, MRex oferă o flexibilitate totală asupra adaosurilor și taxelor din magazin. Trebuie însă să clarificăm diferența conceptuală dintre cele două modificări de preț

- **adaosul** se adaugă întotdeauna la prețul de intrare, înainte de taxare. De exemplu, dacă prețul de intrare al unui produs e de 100 RON + taxe și noi lucrăm cu adaos de 10%, atunci prețul cu care revindem acel produs va fi de 110 RON + taxe. Dacă vrem să acordăm un discount de 5%, atunci prețul lui va fi de 95 RON + taxe.
- **taxele** se aplică întotdeauna la prețul final, *cu tot cu adaosuri*. Astfel, dacă avem un produs cu preț de intrare 100 RON și adaos 10%, peste care aplicăm un TVA de 24% și o taxă verde de 7 RON, prețul său final de vânzare va fi de 110 RON + TVA + taxă verde, adică 143,40 RON.

Peste prețul unui produs putem aplica oricâte adaosuri / discounturi și taxe dorim dar trebuie să ținem cont de faptul că adaosurile se vor calcula în ordinea setării lor în panoul de administrare. Astfel, dacă avem un produs (p) cu preț de intrare 100 RON și două adaosuri: (a) adaos general 15% și (b) adaos de furnizor 10 RON, prețul produsului va fi diferit în funcție de ordinea de aplicare a adaosurilor. Astfel, prețul poate fi calculat după formula (p) + (a) + (b), caz în care va fi egal cu 125 RON + taxe, sau după formula (p) + (b) + (a), caz în care va fi egal cu 126,5 RON + taxe.

- „*Smart XLS*”: acesta este modulul care vă ajută să importați sau să actualizați cu ajutorul unui fișier Excel toate produsele de pe site. Iată principalele reguli care trebuie respectate:

- capul de tabel trebuie să fie identic cu cel oferit ca exemplu în panoul de administrare și nu trebuie să lipsească din fișier, chiar dacă unele coloane vor fi goale;
- codul unic de gestiune trebuie să fie prezent obligatoriu în fișier;
- se acceptă numai fișiere xls (Excel tradițional), nu xlsx (Excel 2010);
- pentru categorii, producători, furnizori, folosiți „codul XLS” afișat în admin în dreptul acestora;
- fișierele foarte mari sunt rareori acceptate de serverele web, de aceea, dacă vreți să actualizați un număr mare de produse trebuie să rupeți acea listă în mai multe liste mai mici (eventual publicați lista în cadrul aceluiași fișier excel, pe mai multe taburi);
- nu actualizați decât datele strict necesare, nu încărcați fișierul cu coloane inutile; de exemplu, dacă doriți să actualizați doar prețurile dintr-o anumită categorie, fișierul va trebui să aibă completată numai coloana cu prețuri (salvați resursele serverului);
- comparatorul de liste vă ajută să comparați prețul unor produse existente deja în site.

2.2 Submeniurile rubricii „Administrare magazin”

- „*Comenzi*”: din meniul de comenzi puteți prelua comenzile efectuate de clienți. Fiecare comandă are un status (numele statusurilor pot fi schimbate, v. mai jos). Fișa comenzii permite și trimiterea de mesaje pe email către utilizator, în cazul în care, de exemplu, nu este de găsit la telefon.

În MRex v3 comenzile pot fi de două feluri: comenzi normale și „comenzi rapide”. Comenzile normale sunt cele care se efectuează în mod normal. Comenzile rapide nu pot fi făcute decât pentru un singur produs și pot fi efectuate direct din fișa produsului. Dacă utilizatorul se află prima oară pe magazin, i se va deschide automat un cont (cu o parolă aleatoare pe care va trebui să și-o schimbe cu primul prilej). În cazul în care are deja cont, va fi invitat să se logheze întâi în contul propriu. Verificarea se face pe baza adresei de email.

- „*Comenzi telefonice*”: acest meniu reprezintă de fapt un desfășurător de tip call-center, deoarece comenzile telefonice, în esență, nu sunt altceva decât comenzi normale la care operatorul magazinului va trebui să preia datele (nume, email, adresă etc.) pe care trebuie să le trimită utilizatorului. Cea mai simplă și logică modalitate e să creeze el un cont în numele utilizatorului sau să intre în contul acestuia și să plaseze comanda dictată la telefon.

- „*Utilizatori înregistrați*”: aici puteți lista utilizatorii înscrși pe site.

- „*Moderare comentarii*”: toate comentariile introduse inițial de utilizatori ajung în panoul de moderare. Ele nu vor fi afișate pe site dacă nu sunt aprobate de operatorul magazinului. De asemenea, comentariile pot fi modificate. Din panoul de administrare se poate introduce și cod HTML, de exemplu un cod de pe Youtube (nu și prin site).

- „*Alerte de preț*”: utilizatorii pot seta de pe fișa produsului o alertă care să îi avertizeze dacă prețul produsului dorit a ajuns la un anumit nivel. De aici operatorul magazinului poate verifica periodic îndeplinirea condițiilor pentru alertele de preț solicitate de utilizatori și poate declanșa trimiterea acestora.

- „*Whislisturi*”: ca și în cazul comentariilor (v. mai sus) nici o listă de preferințe setată de utilizatori nu devine publică până când conținutul ei nu e aprobat de un operator de magazin.

- „*Cupoane de reducere*”: cu noul MRex v3 puteți defini cupoane promoționale. Dați un nume inteligibil seriei de cupoane (de ex. „Cupoane martie 2012”) pentru a deosebi între ele diversele

serii de cupoane. „ID unic” înseamnă că nu se va genera decât un cupon, care va putea fi folosit de un număr limitat de ori, setat la câmpul: „număr de cupoane de generat”. Valoarea reducerii este calculată automat în coșul de produse atunci când clientul introduce codul de cupon. Discountul este aplicat la valoarea întregă a coșului.

- „*Chestionare*”: folosiți acest instrument pentru a afla mai multe lucruri despre vizitatorii magazinului. Chestionarele pot fi setate să fie afișate atât pe lateral, cât și (numai) în pasul final al comenzii, putând fi completate așadar numai de clienții care pun efectiv o comandă pe site.

- „*Căutări în site*”: MRex poate monitoriza expresiile care se caută în site de către utilizatori. În acest fel puteți vedea ce se caută, care sunt tendințele, ce își doresc să afle utilizatorii.

- „*Lista emailuri Newsletter*”: este lista actualizată a tuturor clienților care și-au exprimat acordul de a primi newsletterul magazinului. Lista poate fi exportată în format .csv și apoi importată în programul de emailing dorit.

2.3 Submeniurile rubricii „Marketing & Design”

- „*Template-uri*”: galeria de template-uri disponibile. Pentru a aplica un template trageți cu mouse-ul imaginea sa în fereastra de previzualizare, apoi apăsați pe butonul „Aplică template”. MRex v3 vine, ca de obicei, cu 18 template-uri pre-construite pentru magazinul dumneavoastră. Sunt 6 teme de bază plus variante de Paște și de Crăciun pentru fiecare.

- „*Configurare homepage*”: de aici puteți configura prima pagină a magazinului. Aceasta poate conține fie o vitrină clasică de produse (indexul clasic), fie o listă de produse și categorii (index revoluție), fie un text. Cele 3 tipuri de homepage nu pot fi afișate simultanⁱⁱ. De asemenea, tot de aici se pot crea superbanerele prezente pe prima pagina: puteți opta fie pentru un slideshow, fie pentru un baner static sau în format flash. Puteți opta, de asemenea, pentru amândouă.

Tot de aici puteți seta un popup care să conțină un mesaj important pentru utilizatori. Mesajul se afișează o singură pe dată pe sesiunea de navigare.

- „*Produsul zilei*”: puteți seta o promoție care să privească un singur produs, la un preț preferențial, disponibil o singură zi. Puteți seta mai multe produse care să ruleze succesiv, în zile diferite. Produsul zilei are propria sa pagină de prezentare.

- „*Superbaner categorii*”: după modelul superbanerului din homepage pot fi setate superbanere și pe paginile de categorie. Există, totuși, o mică diferență esențială: pe paginile interioare puteți implementa inclusiv cod HTML, ceea ce înseamnă că puteți afișa, de exemplu, reclame AdSense. Nu se pot afișa mai multe superbanere pe o singură categorie.

- „*Banere comerciale*”: sunt afișate pe lateral, sau la începutul și sfârșitul paginilor. Apar peste tot în site. Le puteți folosi (mai ales pe cele care apar sus/jos) și pentru a face anunțuri importante.

- „*Merchandising*”: de aici setați produsele care să fie promovate pe paginile intermediare, adică în subcategorii (categoriile care nu sunt terminale, ci conțin linkuri către categorii terminale) și paginile de prezentare ale producătorilor / mărcilor distribuite. Numărul maxim de produse afișate în aceste pagini, pe un singur rând, este de 3. Un produs ales într-o anumită categorie se va afișa automat atât în pagina categoriei-părinte, cât și în pagina producătorului.

- „*Recomandări*”: MRex afișează automat pe fișa fiecărui produs cele mai recente 4 produse din aceeași categorie. Puteți suprascris / înlocui această generare automată cu una alocată manual, prin care să recomandați în mod specific anumite produse pe fișa unui anumit produs.

- „*Generare fișiere portaluri*”: de aici puteți genera fișierele pentru integrarea magazinului în comparatoarele online.

2.4 Submeniurile rubricii „Setări generale”

- „*Datele firmei*”: setați datele de facturare ale firmei dumneavoastră.
- „*Logo site*”: puteți urca logo-ul în format imagine (gif, jpg, png)
- „*Diverse setări*”: de aici puteți seta cele mai diverse opțiuni ale magazinului. Întrucât toate aceste opțiuni sunt auto-explicative, vă sfătuim să le citiți cu atenție să faceți cele mai avantajoase alegeri pentru magazinul dumneavoastră.
- „*Metode de plată*”: orice magazin poate accepta mai multe modalități de plată. Plățile care nu necesită un procedeu online sunt numite „plăți clasice”. Cele care se efectuează online (ePayment sau romCard) trebuie corelate cu opțiunea corespunzătoare din dreptul coloanei „Acțiuni”. La plățile online puteți adăuga și un comision suplimentar, care va fi evidențiat în momentul plății.
- „*Configurare plată online*”: de aici se configurează detaliile pentru cele 2 opțiuni de plată online.
- „*Metode de livrare*”: ca și în cazul plăților, magazinul poate oferi mai multe metode de livrare. Pe fiecare metodă se pot seta localitățile în care e valabilă metoda respectivă și costul ei.
- „*Pagini statice*”: permite administrarea paginilor de informații generale de pe site (de ex. *Cum cumperi?* sau *Cum livrăm?*). Paginile pot fi așezate fie în meniul de sus, fie în meniul de jos.
- „*Diverse texte*”: este rubrica de la care pot fi schimbate diversele texte prezente pe site.
- „*Configurare watermark*”: watermarkul este o inscripție care apare pe fiecare poză de produs din magazin. De aici puteți seta felul în care să apară. Pentru a elimina watermarkul este suficient să dați valoarea „0” în câmpul „dimensiune”.

Atenție! Întrucât watermarkul consumă resursele serverului, nu vă sfătuim să îl activați decât dacă vă doriți neapărat acest lucru.

- „*Configurare Captcha*”: codul captcha apare la înscrierea pe site. Dacă nu doriți să îl folosiți, îl puteți dezactiva.
- „*Administrare coduri terți*”: această rubrică are mai multe taburi. De la „Text subsol” puteți administra ceea ce se afișează *sub* designul site-ului. Aici puteți pune, de exemplu, diversele coduri care afișează „buline” de trafic sau de parteneriat cu alte site-uri. „Share social” este o secvență de cod generat cu ajutorul AddThis.com, care apare pe paginile de produs. Acest cod permite utilizatorilor diverse acțiuni sociale, cum ar fi „Like” pe Facebook sau „share” pe Twitter. Tabul „Facebook” nu conține decât un câmp cu ajutorul căruia puteți actualiza cheia de Facebook a magazinului dumneavoastră, necesară pentru integrarea loginului cu cont de Facebook. Cheia se poate obține de pe site-ul Facebook, din secțiunea „Developers” (<http://developers.facebook.com/>). Pentru a primi o cheie de activare trebuie mai întâi să vă înregistrați aplicația (adică magazinul) la Facebook. Magazinul conține și un mic „Translator” care, dacă este activat, va folosi Google Translate pentru traducerea simultană a site-ului.
- „*Configurare server e-mail*”: configurarea trimiterii emailurilor. Este un pas foarte important, deoarece pe email se transmit datele de login, comenzile și alte informații utile (de exemplu, parola uitată). De aceea trebuie să vă asigurați că e totul setat cum trebuie. Există două metode care pot fi configurate: prin funcția de php Sendmail() și printr-un server SMTP. Dacă *nu* dețineți propriul server, dedicat sau VPS, vă sfătuim să configurați metoda SMTP. De regulă, datele necesare configurării se găsesc în CPanel, cu mențiunea că în cele mai multe cazuri e suficient să puneți „localhost” la câmpul de server.
- „*Suspendare magazin*”: în cazul în care magazinul e în construcție, puteți activa această pagină.

2.5 Submeniurile rubricii „Alte instrumente”

- „Administratori magazin”: de aici puteți defini utilizatorii care au acces la interfața de administrare a magazinului. Utilizatorii pot fi de două feluri: simpli și agenți de vânzări. Agenții de vânzări vor prelua automat comenzile venite pe adresa magazinului, și numele lor va fi afișat în comandă. În cazul în care există mai mulți agenți, comenzile vor fi alocate succesiv.
- „Instrumente Google”: puteți integra site-ul cu Google Analytics - e-Commerce edition și Webmaster Tools. Integrarea cu Google Analytics - e-Commerce edition necesită operarea unor setări în profilul din Google Analytics. Vă recomandăm să căutați în secțiunea de Ajutor de pe site-ul Google Analytics informațiile legate de acest lucru.
- „Mentenanță” și „Mentenanță avansată”: sunt două rubrici cu ajutorul cărora puteți rezolva diverse probleme tehnice apărute pe magazin, cum ar fi lipsa drepturilor de scriere pentru poze sau ștergerea comenzilor greșite.
- „Operațiuni globale”: este un meniu sensibil, la care nu trebuie să aibă acces oricine, deoarece puteți realiza operațiuni majore, cum ar fi golirea totală a unei categorii.
- „Optimizări MySQL”: după ce faceți schimbări majore în magazin (adăugare de produse, de categorii etc.) este bine să consultați această rubrică și să apăsați pe butoanele în formă de săgeată.
- „Blocare IP”: puteți bloca adresele IP care nu vă convin. Pentru a bloca un IP îl introduceți în căsuța de input din dreapta sus și apăsați pe semnul plus.
- „Curățare viruși”: dacă antivirusul vă spune că magazinul este virusat, încercați eliminarea virușilor cu acest instrument.
- „Export bază de date”: este un instrument care vă permite să faceți un backup complet al bazei de date (produse, categorii, specificații etc.). Folosiți acest instrument măcar o dată pe lună pentru a fi siguri că nu pierdeți date importante. Dacă doriți să faceți și un backup al pozelor, atunci trebuie să folosiți instrumentele puse la dispoziție de CPanel.

i Ultima actualizare: de 1 iulie 2011

ii În cazul în care doriți afișarea simultană a celor 3 tipuri de homepage, va trebui să operați modificări în codul sursă al fișierului index.php