



Elasticsearch Search & Faceted Navigation **Instrukcja obsługi**

Moduł PrestaShop, wersja 4.21.0 · Kompatybilny z PrestaShop od 1.7.7 do 9 · PHP 7.1 lub nowszy

Błyskawiczne wyszukiwanie odporne na literówki z nowoczesnym panelem filtrów

Ten moduł zastępuje wbudowane wyszukiwanie PrestaShop prawdziwą wyszukiwarką, do wyboru **Elasticsearch**, **OpenSearch** lub **Meilisearch**, i dodaje nowoczesną, w pełni konfigurowalną nawigację fasetową. Klienci dostają natychmiastowe podpowiedzi z miniaturami i cenami, wyniki wyrozumiałe dla literówek oraz przejrzyste „Filtry” w oknie modalnym. Cena pokazywana klientowi jest zawsze dokładną, aktualną ceną dla jego grupy i waluty: nic, co widać przy składaniu zamówienia, nie pochodzi z pamięci podręcznej ani z indeksu. Na start nie potrzeba zewnętrznego serwera: gdy tylko włączysz główny przełącznik modułu (sekcja 1), moduł działa na natywnym wyszukiwaniu PrestaShop, a zewnętrzny silnik możesz podłączyć, kiedy zechcesz. Instrukcja omawia każdą zakładkę panelu konfiguracji, każdą opcję w każdej zakładce oraz krok po kroku zadania, których naprawdę potrzebuje właściciel sklepu: instalację, wybór silnika, indeksowanie katalogu, budowę filtrów, tworzenie szablonu filtrów, pisanie reguły merchandisingu, publikację strony SEO filtra i czytanie statystyk wyszukiwania.

1. Instalacja i pierwsze uruchomienie

1. W panelu administracyjnym przejdź do **Moduły > Menedżer modułów > Załaduj moduł** i wskaż plik ZIP modułu.
2. Po instalacji kliknij **Konfiguruj**, aby otworzyć własną stronę modułu w panelu. Moduł ma też własną pozycję w głównym menu panelu.
3. Moduł instaluje się domyślnie na silniku **Natywnym**, z nawigacją fasetową i autouzupełnianiem już ustawionymi na Tak, ale z głównym przełącznikiem **Włącz wyszukiwanie w sklepie** ustawionym na Nie, więc sama instalacja niczego nie zmienia dla klientów, dopóki tego nie zdecydujesz. Aby uruchomić moduł, ustaw ten przełącznik na Tak w zakładce **Ustawienia wyszukiwania** i zapisz: wyszukiwanie, filtry i autouzupełnianie działają wtedy od razu na silniku natywnym, bez zewnętrznego serwera i bez dalszej konfiguracji. Wszystko, co opisuje dalsza część instrukcji, to dostrajanie, a nie warunek uruchomienia.

Aktualizacje są automatyczne. Aktualizacje są w cenie i instaluje się je tak samo jak przy pierwszej instalacji, przez Menedżer modułów. Strona konfiguracji pokazuje obok logo plaketkę z zainstalowaną wersją oraz, gdy istnieje nowsza, jej numer, więc od razu widać, czy aktualizacja jest dostępna. Jeśli serwer WWW nie może zapisywać w folderze modułu, ostrzeżenie pojawia się na stronie otwieranej przyciskiem Konfiguruj, aby można było poprawić uprawnienia, zanim aktualizacja się nie powiedzie.

Moduł wymaga PrestaShop 1.7.7 lub nowszego oraz PHP 7.1 lub nowszego. Silnik natywny nie potrzebuje żadnego rozszerzenia PHP poza tymi, których i tak wymaga PrestaShop.

Podłączenie Elasticsearch, OpenSearch lub Meilisearch wymaga jedynie wychodzącego połączenia HTTP lub HTTPS z serwera PrestaShop do serwera wyszukiwania.

2. Wybór wyszukiwarki (zakładka Połączenia)

Otwórz zakładkę **Połączenia** i wybierz **Silnik**. Wszystkie pozostałe zakładki modułu rozmawiają z silnikiem przez tę samą warstwę pośrednią, więc sklep zachowuje się tak samo bez względu na wybrany silnik. Zmiana silnika nie przenosi starego indeksu: po przejściu na Elasticsearch, OpenSearch lub Meilisearch (albo między nimi) uruchom pełną reindeksację z zakładki Pulpit (sekcja 13).

Dostępne silniki

- **Natywny**: bez zewnętrznego serwera. Moduł czyta bezpośrednio bazę danych PrestaShop. Nic do indeksowania, nic do utrzymywania; to zalecany wybór, gdy nie masz własnego serwera wyszukiwania albo prowadzisz mały lub średni katalog. Ten silnik nie ma analizatora ani oceny trafności, dlatego część ustawień w zakładce Ustawienia wyszukiwania jest tu wyszarzona (sekcja 4); własna tolerancja literówek modułu nadal działa.
- **Elasticsearch**: obsługuje wersje główne **6, 7, 8 i 9**, rozpoznawane automatycznie, łącznie z różnicami składni mapowań między 6.x a 7.2 i nowszymi. Zalecany dla dużych katalogów oraz wtedy, gdy potrzebujesz szybkich liczników wyników przy każdej wartości filtra, bo silnik zwraca je razem z wynikami.
- **OpenSearch**: rozpoznawany automatycznie i obsługiwany jak nowoczesny klaster, niezależnie od wersji 1.x, 2.x czy 3.x.
- **Meilisearch**: lekka alternatywa do samodzielnego hostowania, z mocną wbudowaną tolerancją literówek i prostym serwerem, bez utrzymywania klastra opartego na JVM. Kilka funkcji działa na Meilisearch inaczej albo jest niedostępnych; instrukcja wskazuje je w odpowiednich miejscach (liczniki przy grupach wartości filtrów, część ustawień zakładki Ustawienia wyszukiwania i limit obciążenia opisany w sekcji 4).

Ustawienia połączenia Elasticsearch / OpenSearch

- **Aktywny**: który z wpisanych serwerów jest faktycznie używany. Dodaj jeden lub więcej serwerów i oznacz jeden jako aktywny.
- **Nazwa, Protokół, Host, Port**: adres serwera. W przypadku klastra współdzielonego lub hostowanego możesz wpisać w polu Host pełny adres URL ze ścieżką (na przykład `https://cluster.provider.com/my-space`).
- **Użytkownik i hasło (Basic auth)** oraz **Klucz API**: uwierzytelnianie, jeśli serwer go wymaga. Po zapisaniu hasło i klucz API nigdy nie są ponownie wypisywane na stronie: pole pozostaje puste z podpowiedzią „Zapisane, zostaw puste, aby zachować”. Zostaw je puste, aby zachować zapisaną wartość, wpisz nową, aby ją zastąpić, albo zaznacz **Usuń zapisane hasło i klucz API**, aby usunąć obie. Zapisana wartość jest zachowywana tylko dla tego samego serwera: jeśli zmienisz jego protokół, host, port lub ścieżkę bazową, wpisz hasło i klucz API ponownie.
- **Ścieżka bazowa**: opcjonalny przedrostek ścieżki dodawany przed każdym zapytaniem, przydatny przy wynajętej przestrzeni na współdzielonej instancji. Przy własnym, dedykowanym klastrze zostaw puste.
- **Test**: sprawdza, czy serwer odpowiada przy wartościach aktualnie wpisanych w formularzu (niekoniecznie tych już zapisanych), i podaje rozpoznany silnik oraz jego wersję. Dane logowania, których nie udało się faktycznie zapisać, nie są już zgłaszane przez Test jako poprawne (patrz uwaga poniżej).
- **Usuń**: usuwa wiersz danego serwera.

Ustawienia połączenia Meilisearch

Jeden host: Protokół, Host, Port, klucz API (główny lub o ograniczonym zakresie) i opcjonalna Ścieżka bazowa, o tym samym znaczeniu co powyżej. Zapisany klucz API jest traktowany tak samo: nigdy nie jest ponownie pokazywany, zostaje zachowany, gdy pole pozostaje puste dla tego samego serwera, i jest usuwany opcją **Usuń zapisany klucz API**.

Ustawienia wspólne

- **Prefiks indeksu (przestrzeń nazw):** nadaje przestrzeń nazw każdemu indeksowi każdego silnika, także identyfikatorom indeksów Meilisearch. Na instancji wyszukiwania współdzielonej z innymi sklepami lub środowiskami to on oddziela Twoje dane od cudzych. Nowa instalacja otrzymuje własny losowy prefiks, `ps_c1l_` i sześć znaków, więc dwa sklepy korzystające z jednego silnika nigdy nie naruszają nawzajem swoich indeksów; instalacja zaktualizowana z wcześniejszej wersji zachowuje dotychczasowy prefiks. Jeśli opróżnisz pole, zostanie zapisane `ps_c1l_`.

W trybie multistore ustawienia połączenia są przypisane do sklepu: sklep bez własnych ustawień korzysta z globalnych wartości domyślnych. Dzięki temu dwa sklepy tej samej instalacji PrestaShop mogą działać obok siebie na dwóch różnych silnikach, na przykład jeden na Elasticsearch, a drugi na Meilisearch.

Hasło lub ustawienie zawierające znak „mniejszy niż” zniknęło dawniej bez ostrzeżenia przy zapisie. Zostało to poprawione: każda zapisana wartość, którą mogłoby uszkodzić własne oczyszczanie danych PrestaShop, jest teraz chroniona, a wartość, której nie udało się zapisać, jest zgłaszana jako błąd zamiast fałszywego potwierdzenia „zapisano”. Generując hasła do serwera wyszukiwania, nie musisz już unikać żadnego znaku, a moduł mówi wprost, gdy otrzymanej wartości nie da się zapisać, zamiast po cichu zostawić starą.

Search engine
Engine

Elasticsearch

Native (PrestaShop) works out of the box with no external engine and nothing to index. Choose Elasticsearch, OpenSearch or self-hosted Meilisearch for faster, type-tolerant search on very large catalogs; switching to an external engine requires a full reindex.

Elasticsearch / OpenSearch servers
Add one or more servers and pick the active one. Supports ES 6.x to 9.x and OpenSearch 1.x to 3.x. For shared/hosted clusters you can put a full URL WITH a path (e.g. `https://cluster.host/my-space`) in the Host field, or use the Base path field.

Active	Name	Scheme	Host	Port	
☒	default	http	ps-dev-es6	9200	Test

Basic auth user

elastic

Basic auth password

Stored, leave empty to keep it

API key (base64, optional)

Remove

☐ Remove the stored password and API key

Base path (shared-hosting namespace, optional)

/my-space

Prepended to every request path. Leave empty for a dedicated cluster.

+ Add server

Index prefix (namespace)

ps_c1l_7f3a9c

Namespaces every index for all engines (also the Meilisearch index uids). On a shared instance this is what isolates your data.

Połączenia: wybór silnika, także „Natywnego”, dodanie jednego lub więcej serwerów, test połączenia i prefiks indeksu.

3. Ustawienia wyszukiwania, część pierwsza: główne przełączniki, pozycja filtrów i motywy własne

Zakładka **Ustawienia wyszukiwania** jest największa w panelu i dzieli się na cztery grupy. Ta sekcja omawia dwie pierwsze: główne przełączniki i pozycję bloku filtrów, a także trzy pola przeznaczone specjalnie dla motywów własnych. Filtry analizatora, tolerancję literówek i strojenie zapytań opisuje sekcja 4.

Główne przełączniki

Każdy z poniższych to prosty przełącznik Tak / Nie dla całego sklepu:

- **Włącz wyszukiwanie w sklepie:** główny przełącznik modułu w sklepie. W nowej instalacji jest ustawiony na Nie, więc dla klientów nic się nie zmienia, dopóki go nie włączysz.
- **Przejmij wyszukiwanie w sklepie:** gdy jest włączony, wyniki modułu zastępują stronę wyników wyszukiwania PrestaShop.
- **Użyj wyszukiwarki PrestaShop, gdy silnik nie działa:** jeśli zewnętrzny silnik przestanie być osiągalny, sklep dalej działa na natywnym wyszukiwaniu, zamiast pokazywać klientom błąd. To samo dotyczy pojedynczej listy, na którą silnik odpowie błędem: przy włączonym przełączniku taką stronę obsługuje wyszukiwanie natywne zamiast pustej listy. Niezależnie od tego przełącznika silnik, który przestaje odpowiadać, przekracza czas oczekiwania albo zwraca błąd serwera, jest pozostawiany w spokoju na 30 sekund, po czym jedno szybkie sprawdzenie decyduje, czy wrócił; wolny lub zablokowany silnik nigdy więc nie wstrzymuje stron sklepu, a zmiany produktów, których nie udało się w tym czasie wysłać, trafiają do kolejki i są wysyłane przy następnym wywołaniu cron (sekcja 13).
- **Autouzupełnianie:** panel podpowiedzi, który otwiera się podczas pisania w polu wyszukiwania.
- **Widżet wyszukiwania w nagłówku i Zastąp natywne pole wyszukiwania:** czy moduł dostarcza własne pole wyszukiwania w miejsce pola PrestaShop.
- **Nawigacja fasetowa:** sam panel filtrów.
- **Pokazuj filtry również na stronie wyników wyszukiwania:** domyślnie filtry pojawiają się na stronach kategorii; ten przełącznik rozszerza je także na stronę wyników wyszukiwania. Wymaga włączonej opcji **Przejmij wyszukiwanie w sklepie**: bez niej strona wyszukiwania jest listą samego PrestaShop i filtry się na niej nie pojawiają.
- **Nawigacja fasetowa AJAX:** zastosowanie filtra odświeża siatkę produktów bez przeładowania całej strony.
- **Paginacja, sortowanie i liczba produktów na stronę przez AJAX:** domyślnie wyłączone. Po włączeniu zmiana strony, kolejności sortowania lub liczby produktów na stronę także odbywa się bez przeładowania; trzy sposoby działania opisuje poniżej punkt „Następna strona pojawia się jako”.
- **Filtry również na stronach marki, dostawcy, nowości, promocji i bestsellerów:** rozszerza nawigację fasetową poza kategorie i wyszukiwanie na te pięć list. Każda z nich zachowuje własny, naturalny zestaw produktów i własną kolejność domyślną (bestsellery pozostają posortowane według liczby sprzedanych sztuk, nowości od najnowszych); filtr, który na danej stronie nie miałby sensu, jest z niej automatycznie usuwany (na przykład filtr marki na stronie samej marki). Te strony korzystają z konfiguracji filtrów całego sklepu; szablonów filtrów (sekcja 7) nie przypisuje się do nich. Wyłącz tę opcję, aby oddać te pięć stron z powrotem liście PrestaShop.

Znane ograniczenie motywów Classic i Hummingbird. Te dwa motywy, i każdy motyw na nich zbudowany, nigdy nie dają stronie wyników wyszukiwania lewej kolumny, w żadnej wersji PrestaShop, od 1.7.1 aż po 9.1: tak motyw układa tę konkretną stronę, to nie ograniczenie wersji

PrestaShop i żadna aktualizacja tego nie zmienia. Dlatego moduł wyświetla blok filtrów z drugiego haka, na poziomie układu strony, na każdej stronie o takim kształcie, i filtry na stronie wyszukiwania działają niezależnie od wersji. Na dwóch standardowych motywach jest to niewidoczne. Jedyny nieobjęty przypadek to motyw, który nadpisuje ten sam hak układu na własne potrzeby; na takim motywie skorzystaj z opisanej dalej tabeli pozycji, która czyta pliki aktywnego motywu i mówi, która pozycja naprawdę działa.

Wygląd nawigacji fasetowej

Dwie możliwości: **okno modalne** (zalecane), otwierane przyciskiem „Filtry” umieszczonym nad siatką produktów, albo **stary panel boczny po lewej**. Przy panelu bocznym opisane niżej ustawienie pozycji w pełni decyduje o układzie; przy oknie modalnym skrypt modułu zawsze przenosi pasek „Filtry” tuż nad siatkę, jakkolwiek pozycję wybierzesz (patrz uwaga dalej).

Pozycja bloku filtrów

Siedem możliwości: **Automatycznie** (domyślnie: lewa kolumna w układzie strony, który ją ma, nad siatką w układzie, który jej nie ma), **Lewa kolumna**, **Prawa kolumna**, **Nad siatką produktów** (na całą szerokość), **Pod nagłówkiem kategorii**, **Pod nagłówkiem strony** (na całą szerokość) oraz **Tam, gdzie wywołuje go motyw**, czyli wyświetlanie z własnego haka modułu, `displayCllEssearchFilter`: motyw, który doda `{hook h='displayCllEssearchFilter' mod='cll_essearch'}` do jednego ze swoich szablonów, może umieścić blok w dowolnym miejscu.

Obok listy rozwijanej tabela na żywo pokazuje każdą pozycję, czy rzeczywiście da się jej użyć w aktywnym motywie i dlaczego. Powstaje przez odczyt plików szablonów aktywnego motywu (i motywu, z którego dziedziczy), aby sprawdzić, które haki wywołuje, oraz układów jego stron z listami produktów, aby sprawdzić, jakie kolumny te strony naprawdę mają; pozycja technicznie podpięta, ale leżąca w układzie na pełną szerokość bez kolumny, jest poprawnie oznaczana jako nieużywalna. W multistore, w kontekście „wszystkie sklepy”, tabela odpowiada dla każdego aktywnego sklepu i liczy się najgorsza odpowiedź.

Znane ograniczenia ustawienia pozycji, opisane otwarcie zamiast ukrywane:

- Przy **oknie modalnym** pozycja decyduje tylko o miejscu bloku w kodzie strony: skrypt modułu i tak przenosi pasek „Filtry” tuż nad siatkę, bo do tego służy okno modalne. Jeśli chcesz, aby pozycja w pełni decydowała o układzie, wybierz panel boczny. Jedynym wyjątkiem jest „Tam, gdzie wywołuje go motyw”: blok zostaje dokładnie tam, gdzie umieścił go motyw.
- Przy **panelu bocznym** dwie pozycje wewnątrz treści oraz „Pod nagłówkiem strony” rysują listę filtrów jako pionową kolumnę rozciągniętą na całą szerokość obszaru treści. Działa i filtruje poprawnie, ale została zaprojektowana dla kolumny i tak to wygląda.
- Sprawdzenie widzi tylko to, co motyw pokazuje w swoich plikach: motyw, który wywołuje hak warunkowo z PHP albo przez nazwę w zmiennej, jest dla niego niewidoczny, więc pozycja oznaczona jako nieużywalna pozostaje do wyboru, a ostrzeżenie po prostu powtarza się przy zapisie.

Następna strona pojawia się jako

Używane tylko przy włączonej paginacji AJAX. Trzy możliwości: **numerowana paginacja motywu** (zachowana dla wyszukiwarek internetowych i pokazywana ponownie po osiągnięciu

opisanego niżej limitu „Załaduj więcej”), **przycisk „Załaduj więcej”** albo **przewijanie nieskończone**. Dwie ostatnie dołączają kolejną stronę pod bieżącą, zamiast ją zastępować.

Znane ograniczenie: moduł, który dekoruje karty produktów z JavaScriptu po odświeżeniu siatki, na przykład ikoną serca listy życzeń albo gwiazdkami opinii, nie dekoruje kart dołączonych przez „Załaduj więcej” ani przez przewijanie nieskończone, bo zdarzenie wysyłane w tych dwóch trybach prosi motyw o zastąpienie całej listy, co wyrzuciłoby wszystko, co już dołączono. Nie dotyczy to zmiany strony przez numerowaną paginację, sortowania ani zmiany liczby produktów na stronę.

Maks. liczba stron dołączanych pod rząd

Limit dla „Załaduj więcej” i przewijania nieskończonego (od 1 do 50). Po jego osiągnięciu odwiedzający znów dostaje zwykłą paginację. Przy dużym katalogu trzymaj go nisko: każda dołączona strona zostaje w przeglądarce, a strona z tysiącami produktów zaczyna się przewijać powoli.

Opcje liczby produktów na stronę

Lista rozdzielona przecinkami, na przykład 12,24,48 . Zostaw pustą (domyślnie), aby nie było listy wyboru. Gdy jest wypełniona, a paginacja AJAX jest włączona, moduł rysuje nad siatką własną listę liczby produktów na stronę i stosuje wybór bez przeładowania.

Trzy pola dla motywów własnych

Istnieją specjalnie dla motywów z niestandardowym kodem HTML i powinny pozostać puste na domyślnych motywach Classic lub Hummingbird oraz na wszystkim, co na nich zbudowano, bo te moduł rozpoznaje sam. Błędny lub pusty selektor nigdy nie usuwa własnych elementów modułu: jeśli niczego nie znajduje albo nie jest poprawnym CSS, moduł wraca do własnego wykrywania lub własnego przycisku, więc literówka w tym miejscu nigdy nie zostawi klientów bez wyszukiwania ani filtrów.

Pole	Kiedy go użyć
Selektor CSS listy produktów	Filtrowanie AJAX nie odświeża siatki produktów w motywie własnym. Wpisz selektor CSS kontenera siatki, na przykład <code>#product-list</code> lub <code>.products</code> .
Selektor CSS pola wyszukiwania	Autouzupełnianie się nie włącza, bo pasek wyszukiwania motywu nie używa standardowego kodu PrestaShop. Wpisz selektor CSS pola tekstowego. Ustawienie tego pola ukrywa własny widżet wyszukiwania modułu, więc na stronie nigdy nie pojawią się dwa pola wyszukiwania.
Selektor CSS przycisku Filtry	Motyw rysuje już własny przycisk „Filtry”. Wpisz jego selektor CSS: ten przycisk otworzy wtedy panel filtrów modułu, a ukryty zostanie tylko własny przycisk modułu. Cała zawartość panelu, łącznie z suwakiem ceny, pozostaje dokładnie taka sama. Używane tylko przy oknie modalnym.

Autocomplete

Yes

Header search widget

Yes

Replace the native search box (single search box)

Yes

Faceted navigation

Yes

Show facets on the search results page too

Yes

AJAX faceted navigation (no page reload)

Yes

AJAX pagination, sort and page size (no page reload)

No

Filters on the brand, supplier, new products, price drops and best sellers pages too

Yes

Faceted navigation UI

Modal popup (recommended)

Filter block position

Automatic (recommended)

Modal: a "Filters" button above the grid opens a two-pane popup.
Sidebar: the classic left-column filter list.

Read the list on the right before choosing: It says what each position does and whether it works on the theme in use.

Important with the MODAL filter UI: the position decides where the block sits in the page source, but the module's own script still lifts the "Filters" bar to just above the product grid, because that is what the modal UI is. So on a modal shop the position changes nothing visible except with "Where the theme calls it", which is left exactly where you put it. Choose the sidebar UI above if you want the position to govern the layout in full.

With the SIDEBAR filter UI in the two in-content positions and under the site header, the filter list is drawn as it is, that is a vertical list stretched to the full width of the content. It works, but it was drawn for a column: check the result before leaving it on a shop.

What each position does, and whether your theme supports it (classic)

✓ Automatic (recommended)

The theme left column on pages that have one, above the product grid on pages that do not. This is what the module did before this setting existed, so leaving it here changes nothing.

✓ Left column displayLeftcolumn

Only the left column. Pages whose layout has no left column (the search page of the classic theme, any full-width category) show no filters at all.

✗ Right column displayRightcolumn

Only the right column. Beware: the stock classic and hummingbird themes do have a right column, but they put every product listing on a layout that has none, so this position renders nothing there until the listing layouts are changed on the Design / Theme page. The verdict on the left of this line says whether it works on the theme you are running.
Right column: this theme does call the hook, but none of its product listings uses a page layout that has that column, so the block would not appear anywhere. Change the layout of the listing pages on the Design / Theme page first, or pick another position. (on classic)

✓ Above the product grid, full width displayContentWrapperTop

Inside the content area, over the grid, on every listing. The usual choice for a full-width theme.

✓ Under the category heading displayHeaderCategory

Between the category title/description and the product grid.

✓ Under the site header, full width displayNavFullwidth

Above the breadcrumb, edge to edge. The block spans the page rather than the content column.

✗ Where the theme calls it displayClEssearchFilter

The block renders only where your theme calls the module hook, and nowhere else. Add this line to the theme template, at the spot you want:
{hook h='displayClEssearchFilter' mod='cl_essearch'}
Where the theme calls it: this theme never calls that hook, so the block would not appear anywhere (on classic)

How this is checked: the module reads the .tpl files of the theme in use and of the theme it inherits from to see which hooks it calls, and the page layouts of the product listings to see which columns those pages actually have. In multistore it answers for every active shop when you are in the "all shops" context, and the worst answer wins. A theme that calls a hook from PHP, or with a variable name, cannot be seen by this check: a position reported as unusable therefore stays selectable, and you are warned again when you save it.

Next page arrives as

The theme numbered pagination

Only used when AJAX pagination is on. The button and the infinite scroll add the next page under the current one; the numbered pagination is kept in the page for search engines and comes back when the limit below is reached.

Known limit of the button and the infinite scroll: modules that decorate the product cards from JavaScript after the list is refreshed (wishlist hearts, review stars) do not decorate the cards that are appended, because the event they listen to asks the theme to replace the whole list, which would throw away everything already added. Changing page, sorting and changing the page size are not affected.

Maximum pages added in a row

5

Ceiling for the "Load more" button and the infinite scroll. Once reached, the visitor gets the normal pagination back. Keep it low on a large catalogue: every appended page stays in the browser and a page holding thousands of products becomes slow to scroll.

Products-per-page choices

12,24,48

Comma-separated list, e.g. 12,24,48. Leave empty (default) for no dropdown. When filled and AJAX pagination is on, the module draws its own products-per-page dropdown above the grid and applies the choice without reloading.

Product list CSS selector (custom themes)

Search box CSS selector (custom themes)

Ustawienia wyszukiwania: główne przełączniki, wygląd nawigacji fasetowej, tabela pozycji bloku filtrów i trzy selektory dla motywów własnych.

4. Ustawienia wyszukiwania, część druga: filtry analizatora,

tolerancja literówek i strojenie zapytań

Filtry wyszukiwania (analizator)

Dotyczą **wyłącznie Elasticsearch i OpenSearch** i po każdej zmianie wymagają pełnej reindeksacji, aby zadziałały; są wyszarzone na silniku natywnym, który nie ma własnego analizatora, oraz na Meilisearch, który ma osobny model tolerancji literówek (ich zapisane wartości są zachowywane, a nie tracone, na dzień zmiany silnika).

- **Filtr elizji:** usuwa rodzajnik doklejony do następnego słowa, na przykład francuskie „l'avion” staje się „avion”. Listę rodzajników można edytować.
- **Filtr małych liter:** dopasowanie bez rozróżniania wielkości liter.
- **Filtr słów pomijanych:** ignoruje częste słowa bez znaczenia. Zostaw listę pustą, aby użyć domyślnej listy Elasticsearch dla danego języka.
- **Stemming językowy:** sprowadza słowo do rdzenia, więc wyszukiwanie „buty” znajduje też „but”. Dostępna jest lista słów wyłączonych ze stemmingu dla wyrazów, które by na nim ucierpiały. Język stemmingu podąża za językiem sklepu. Język polski jest indeksowany bez stemmingu, bo stemmer wbudowany w Elasticsearch i OpenSearch nie obsługuje polskiego; tolerancja literówek nadal działa.
- **Filtr aliasów / synonimów:** jedna reguła w wierszu, na przykład `tv, telewizor, odbiornik`.

Tolerancja literówek (sterownik natywny)

Ustawienie właściwe dla **silnika natywnego**, niezależne od korekty pisowni (fuzziness) dostępnej w Elasticsearch i OpenSearch oraz od własnego modelu Meilisearch. Gdy dokładne wyszukiwanie na silniku natywnym nic nie znajduje, każde nieznane słowo jest zastępowane najbliższym słowem z nazw produktów i marek, a poprawione wyniki są pokazywane z komunikatem w rodzaju „Brak wyników dla X. Zamiast tego pokazano wyniki dla Y.”. Wyszukiwanie, które coś już znajduje, nie jest ruszane i nic dodatkowo nie kosztuje: słownik, na którym to się opiera, jest sprawdzany tylko na stronie bez wyników.

Słownik buduje cron, przycisk **„Zbuduj słownik teraz”** w tej zakładce albo, automatycznie, pierwsze wyszukiwanie bez wyników w sklepie bez skonfigurowanego crona. Uczy się słów każdego produktu w chwili jego zapisu i odświeża się raz w tygodniu. Tabela stanu, widoczna tylko przy aktywnym silniku natywnym, pokazuje dla każdego sklepu i języka, ile słów jest zindeksowanych i czy budowa słownika się zakończyła.

Ustaw **„Poprawiaj błędnie wpisane wyszukiwania”** na Nie, aby całkowicie wyłączyć tę funkcję na silniku natywnym.

Ustawienia zapytania

- **Minimalna długość słowa:** autouzupełnianie zaczyna podpowiadać od tej liczby znaków (od dwóch, gdy ustawiono 0). Krótsza fraza nie jest ignorowana: od dwóch znaków jest wyszukiwana dokładnie, bez tolerancji literówek (na przykład „tv” lub „hp”); pojedynczy znak, gdy minimum wynosi 2 lub więcej, nic nie znajduje, zamiast wypisywać cały katalog. 0 oznacza brak minimum.
- **Typ wyszukiwania:** wyszukiwanie w wielu polach (polach wybranych w zakładce Dokumenty, sekcja 5) albo tylko w nazwie produktu.
- **Typ dopasowania w wielu polach:** strategia dopasowania Elasticsearch (`best_fields`, `most_fields`, `cross_fields`, `phrase` lub `phrase_prefix`). Zostaw

wartość domyślną, chyba że wiesz, dlaczego potrzebujesz innej.

- **Operator:** AND wymaga obecności każdego wyszukiwanego słowa; OR wymaga tylko jednego.
- **Minimalne dopasowanie (minimum should match):** wyrażenie procentowe lub liczbowe Elasticsearch, na przykład `75%`, określające, ile wyszukiwanych słów musi pasować, gdy operator pozwala, by części brakowało.
- **Korekta pisowni (fuzziness):** ile zmian znaków w słowie Elasticsearch lub OpenSearch toleruje, zanim przestanie je dopasowywać: wyłączona, 1, 2 albo Auto (zalecane, dopasowuje tolerancję do długości słowa).
- **Szukaj w środku słowa (infix):** dopasowuje początek, środek lub koniec słowa, a nie tylko jego początek. Po włączeniu niektóre z opisanych wyżej filtrów analizatora mogą nie działać.
- **Waga: nazwa, indeks, opis:** jak bardzo każde pole liczy się dla trafności, gdy „Typ wyszukiwania” jest ustawiony na wiele pól. Łączą się z wagami już ustawionymi na stronie PrestaShop Parametry sklepu > Szukaj, które dla porównania są pokazane tuż pod tymi trzema polami.

Wszystkie filtry analizatora i każde pole tej grupy „Ustawienia zapytania” poza minimalną długością słowa i operatorem są wyszarzone na silniku natywnym, bo odpytuje on bazę danych bezpośrednio i nie ma własnego analizatora ani oceny trafności. Zapisane wartości są zachowywane i wracają do działania w chwili przejścia na zewnętrzny silnik.

Co Meilisearch ignoruje w tej zakładce. Meilisearch ma własny model rankingu i nie czyta typu wyszukiwania, typu dopasowania w wielu polach, minimalnego dopasowania, opcji infix ani trzech wag pól, a także filtrów analizatora elizji, małych liter i stemmingu. Te ustawienia celowo pozostają edytowalne na Meilisearch: wyszarzone pole nie jest wysyłane, a zapisanie jego braku skasowałoby wartość ustawioną na Elasticsearch, więc nic nie ginie, po prostu dziś nic nie robi. Synonimy, słowa pomijane i korekta pisowni działają na Meilisearch. Korekta pisowni zachowuje się tam jednak inaczej: na Elasticsearch zmiana działa od najbliższego wyszukiwania, na Meilisearch należy do ustawień indeksu i zaczyna działać dopiero po pełnej reindeksacji.

Search filters (analyzer)

☐ Elision filter

l,m,t,q,u,n,s,j

Articles to elide, e.g. "l'avion" → "avion".

☒ Lowercase filter

☐ Stop word filter

a,an,and,the,or,is,with,for,of

Empty = Elasticsearch default stop words.

☐ Language stemmer

words,to,keep

Words to exclude from stemming. Stemmer language follows the shop language.

☐ Alias / synonym filter

tv, television, telly

One rule per line. Requires a reindex.

Typo tolerance (native driver)

Correct misspelt searches

Yes

Native driver only (a search engine has its own spell correction, see "Spell correction" below). When the exact search finds nothing, each unknown word is replaced by the closest word of the product and brand names, and the results of that corrected search are shown with a "No results for X, showing Y" line. Searches that find something are not touched and pay nothing: the dictionary is consulted only on a zero-results page. The dictionary of words is built by the cron (or here with the button, or by the first zero-results search), learns new products as you save them, and is refreshed once a week.

Query settings

Minimum word length

3

0 = no minimum

Search type

In multiple fields

Multiple field match type

best_fields

Operator

AND

Minimum should match

75%

Spell correction (fuzziness)

AUTO

Search between the word (infix)

No

Matches start/mid/last part of a word. When on, some analyzer filters may not apply.

Weight: name

6

Weight: reference

4

Weight: description

1

Per-field weights are also read from PrestaShop's core Search page (Shop Parameters > Search). Current core weights: Product name 6, Reference 10, Short description 1, Description 1, Category 3, Brand 3, Tags 4, Feature 2, Attribute 2

Save

Ustawienia wyszukiwania: filtry analizatora, tolerancja literówek sterownika natywnego z tabelą stanu słownika oraz opcje strojenia zapytań.

5. Dokumenty: co trafia do indeksu

Zakładka **Dokumenty** ma dwie części.

Typy dokumentów do indeksowania

Przełącznik Tak / Nie dla każdego typu treści: **produkty, kategorie, marki** (producenci) i **strony CMS**. Wyłączenie typu usuwa go z wyników wyszukiwania i z podpowiedzi autouzupełniania.

Pola przeszukiwane dla każdego typu dokumentu

Lista pól do zaznaczenia dla każdego typu dokumentu, używana tylko wtedy, gdy „Typ wyszukiwania” w zakładce Ustawienia wyszukiwania jest ustawiony na wiele pól. Dla produktów obejmuje nazwę, indeks (referencję), EAN13, UPC, MPN, krótki opis, pełny opis i nazwę producenta. Wyszukiwanie po nazwie marki działa niezawodnie na każdym silniku, natywnym i zewnętrznym; błąd dopasowania na Elasticsearch i OpenSearch, przez który wyszukiwanie samej nazwy marki nie zawsze znajdowało jej produkty, został poprawiony.

Fraza, która jest dokładnie kodem produktu (indeksem, EAN-13, UPC lub MPN produktu albo jednej z jego kombinacji), wypisuje tylko produkty z tym kodem, pod warunkiem że to pole jest tu zaznaczone.

Produkty i kategorie zastrzeżone dla wybranych grup klientów pozostają zastrzeżone. PrestaShop pokazuje produkt klientowi tylko wtedy, gdy jedna z aktywnych kategorii produktu jest otwarta dla jednej z grup klienta, a moduł stosuje tę samą zasadę wszędzie, gdzie wypisuje produkty lub kategorie: w wynikach wyszukiwania, w filtrach i ich licznikach, w autouzupełnianiu, w skrótach do kategorii, w produktach wyróżnionych przez regułę wyszukiwania i na stronie braku wyników. Niezalogowany odwiedzający należy do grupy odwiedzających lub gości. Na zewnętrznym silniku ta informacja jest zapisana w indeksie, więc zmiana grup, które widzą kategorię, działa od następnej reindeksacji; na silniku natywnym działa od razu.

Document types to index			
Products	Categories	Brands / manufacturers	CMS pages
☐ Yes	☐ Yes	☐ Yes	☐ Yes

Searchable fields per document type			
Used when "Search type" is set to multiple fields.			
Product	Category	Manufacturer	Cms
☒ name	☒ name	☒ name	☒ title
☒ reference	☒ description	☒ description	☒ content
☒ ean13		☐ short_description	☐ meta_description
☒ upc			
☒ mpn			
☒ manufacturer			
☒ description_short			

Dokumenty: które typy treści są indeksowane i które ich pola są przeszukiwane.

6. Filtry: konfiguracja filtrów

Zakładka **Filtry** to konfiguracja domyślna, z której korzysta każda kategoria bez przypisanego szablonu filtrów (sekcja 7), a także strona wyszukiwania, chyba że któryś szablon ma ustawione stosowanie również tam.

Opcje ogólne nad tabelą filtrów

Opcja	Co robi
Pokazuj liczbę wyników obok wartości filtrów	Liczba w nawiasie obok każdej wartości filtra. Automatycznie (zalecane) włącza liczniki dla Elasticsearch, OpenSearch i Meilisearch, które zwracają je razem z wynikami bez dodatkowego kosztu, i wyłącza je dla sterownika natywnego, gdzie każdy licznik bez silnika to osobne zapytanie do całego katalogu. Przy dużym katalogu na silniku natywnym zostaw je wyłączone; przy małym możesz włączyć je ręcznie.
Pokazuj filtr ceny	Ustawione na Nie całkowicie ukrywa filtr ceny na każdym silniku. Silniki w ogóle go wtedy nie liczą. Typowe zastosowanie: ceny są w pełni indywidualne (cennik z ERP lub z umowy), więc wspólny suwak nie oddałby tego, co każdy klient naprawdę płaci. Bez względu na to ustawienie filtr ceny jest też pomijany dla klienta, przed którym sam PrestaShop ukrywa ceny: w trybie katalogu (chyba że ustawiono dalsze pokazywanie cen) albo dla grupy klientów, która nie może ich widzieć.
Oferuj sortowanie po cenie	Czy klienci mogą sortować po cenie, niezależnie od filtra ceny powyżej.
Uwzględniaj podatek w indeksowanej cenie	Przy indeksowaniu stosuje podatek domyślnego kraju sklepu, wyłącznie na potrzeby sortowania i filtrowania; cena faktycznie pokazywana klientowi jest zawsze liczona na żywo przez PrestaShop, nigdy nie pochodzi z indeksu. Uwaga: indeksowana cena to zawsze cena domyślnej kombinacji produktu, więc produkt, którego kombinacje mają różne ceny, jest filtrowany i sortowany według tej jednej wartości.
Przeliczaj ceny w pamięci podręcznej zaraz po zmianie	Cena w pamięci podręcznej używana do sortowania i filtrowania jest zawsze natychmiast odrzucana, gdy zmienia się produkt, kombinacja lub cena specjalna, więc nieaktualna cena nigdy nie zostanie pokazana; tego nie da się wyłączyć. To ustawienie decyduje tylko, czy nowa wartość jest liczona od razu (zalecane przy małym katalogu edytowanym ręcznie), czy zostaje dla następnego wywołania crona albo następnego odwiedzającego (zalecane przy importach masowych, bo inaczej każdy zapisany produkt płaciłby za dodatkowe obliczenie).

Tabela konfiguracji filtrów

Jeden wiersz na filtr: kategoria, marka, dostawca, tagi, cena, dostępność, znaczniki nowość / promocja / stan, suwaki wymiarów wagi, szerokości, wysokości i głębokości oraz każda grupa cech i atrybutów w katalogu. Każdy wiersz ma:

Kolumna	Co robi
Wł.	Włącza lub wyłącza filtr. Pole wyboru nad kolumną zaznacza lub odznacza wszystkie wiersze naraz, co przydaje się w katalogu z setkami grup cech i atrybutów.
Filtr	Nazwa filtra w katalogu (tylko do odczytu).
Poz.	Jego kolejność wśród pozostałych włączonych filtrów.
Własna etykieta	Zastępuje nazwę pokazywaną klientom, stosowaną dokładnie tak, jak ją wpisano, w każdym języku. Zostaw puste, aby użyć domyślnej, już przetłumaczonej nazwy.
Wyświetlanie	Oferowane są tylko typy wyświetlania, które naprawdę działają dla danego filtra: pola wyboru, przyciski opcji, lista rozwijana, próbnik koloru (tylko grupy atrybutów koloru) albo suwak (filtr ceny i cztery filtry wymiarów, a także cecha, której wartości zostały rozpoznane jako naprawdę liczbowe, opisana niżej).

Tryb	AND wymaga, by produkt pasował do każdej wartości zaznaczonej w danym filtrze; OR (domyślnie) wymaga tylko jednej. AND działa teraz poprawnie zarówno na sterowniku natywnym, jak i na każdym zewnętrznym silniku.
Kolejność wartości	Jak wypisywane są wartości w jednym filtrze: Jak zwrócił silnik (dotychczasowe zachowanie, z grupowaniem według liter od A do Z na długich listach), Od A do Z , Liczbowo (czyta liczbę na początku, więc „9 cm” jest przed „10 cm”), Najwięcej wyników najpierw (gdy liczniki są wyłączone, wraca do kolejności od A do Z) albo Pozycja w katalogu (ma sens tylko dla kategorii i atrybutów, jedynych dwóch elementów z prawdziwą kolumną pozycji w PrestaShop; wszystko inne wraca do kolejności od A do Z).
Liczniki	Pokazuje lub ukrywa liczbę wyników dla tego konkretnego filtra, ponad ustawieniem ogólnym powyżej.
Zwinięty	Czy filtr startuje zwinięty w panelu.
Limit	Ile wartości jest wypisywanych, zanim pojawi się „pokaż więcej”.
Ukryj puste	Ukrywa wartość, która w danej chwili nie pasuje do żadnego produktu.
Szukaj	Dodaje małe pole wyszukiwania w filtrze, przydatne przy długiej liście wartości, na przykład liście kilkudziesięciu marek.

Suwaki liczbowe dla cech

Waga, szerokość, wysokość i głębokość są zawsze suwakami opartymi na wymiarach produktu. Cechę też można zaoferować jako suwak, ale tylko jeśli się kwalifikuje: co najmniej 90% jej różnych wartości musi dać się odczytać jako zwykła liczba (jednostka w rodzaju „120 cm” jest dozwolona; jednostka pokazywana obok suwaka to po prostu najczęstsza z nich), a różnych wartości musi być co najmniej trzy. Przecinek jako separator dziesiętny nie jest akceptowany, bo „1,000” czyta się na dwa różne sposoby zależnie od konwencji, a błędne zgadywanie to prosta droga do filtra, który okłamuje klientów. Cecha, która po dodaniu nowych produktów przestaje się kwalifikować, automatycznie wraca do zwykłej listy wartości, zamiast pokazywać suwak, który nie może już działać.

W czterech filtrach wymiarów wartość zero jest traktowana jako „nie wypełniono”, więc produkt bez zapisanej wagi lub wymiaru jest pomijany przy wyborze zakresu, a nie liczony jako ważący nic. W cesze liczbowej natomiast prawdziwe zero wpisane przez sprzedawcę jest zachowywane jako rzeczywista wartość.

Grupy wartości

Kilka wartości z katalogu można umieścić pod jedną etykietą pokazywaną klientowi, na przykład grupa „Czerwony”, która obejmuje naraz „Karmazynowy”, „Szkarłatny” i „Bordowy”. Zgrupowane wartości znikają ze zwykłej listy filtra, a ich miejsce zajmuje grupa; wartości, których nie wymienisz, nadal są pokazywane osobno. Dostępne dla kategorii, marki, dostawcy, tagów, stanu oraz każdej cechy i każdego atrybutu. Grupa może zawierać najwyżej **2000** wartości.

Liczba pokazywana obok grupy to liczba produktów, do których grupa naprawdę pasuje, a nie suma jej elementów (produkt w dwóch odcieniach tej samej czerwieni liczy się raz); zarówno sterownik natywny, jak i Elasticsearch czy OpenSearch liczą to dokładnie.

Meilisearch nie potrafi policzyć grupy wartości jako jednej agregacji. Na Meilisearch zgrupowany filtr nadal łączy wartości i poprawnie filtruje, ale obok grupy nie pokazuje żadnej liczby, zamiast pokazać błędną. Zgrupowany próbnik koloru nie pokazuje też koloru na żadnym silniku, bo grupa kilku kolorów nie ma jednej wartości hex; dla takiego filtra ustaw pola wyboru.

Aby utworzyć grupę: wybierz filtr, do którego należy, nadaj grupie nazwę, ustaw jej pozycję, a potem wypisz wartości, które ma objąć, po jednej w wierszu (dla cechy lub atrybutu format to `Group name||Value`, wstawiany przez selektor po prawej, a nie wpisywany ręcznie). Zapisz, a grupa pojawi się w tabeli powyżej, gdzie można ją edytować lub usunąć.

Stare selektory filtrów (lista dozwolonych)

Opcjonalny sposób ograniczenia, które grupy cech i które grupy atrybutów w ogóle mogą stać się filtrami, przydatny w katalogu z dużo większą liczbą grup cech lub atrybutów, niż chcesz oferować jako filtry. Zostaw obie listy puste, aby dopuścić każdą grupę.

numbers together with the results, but without one every number is a separate aggregate query over the whole catalog, which is what makes a filtered category page slow on a large catalog. Automatic therefore turns counts on with Elasticsearch / OpenSearch / Meilisearch and off on the native driver; on a big catalog without an engine, keep them off. **Currently:** counts are shown.

the engines skip the price computation entirely. Typical use: per-customer pricing (ERP/contract), where a shared price slider cannot match what each customer pays.

Take tax into indexed price

Yes

Uses the shop default country tax at index time. Display prices are always computed natively.

Note: the indexed price is the price of the default combination of each product. A product whose combinations sell at different prices takes part in the price filter and the price sort with that single value; the prices shoppers see are always computed live by PrestaShop.

Recalculate cached prices right after a change

No

When a product, a combination or a specific price changes, the cached price rows of that product are always dropped on the spot. That invalidation is never optional: no setting can turn it off, so the cache can never show an outdated price. This option only adds a step: with it enabled the fresh price is recomputed immediately, so not even the first visitor after the change has to wait. Recommended for small catalogs edited by hand; keep it off if you run bulk imports, because every saved product would pay an extra price computation, and the cron warm-up already refills the cache overnight.

Default template: this configuration is the fallback used for every category that has no specific filter template, and for the search page.

Custom labels are applied as-is in every language. Leave the field empty to use the default name, which is already translated (catalog names for features and attributes, module translations for the fixed facets).

Value order decides how the values inside a filter are listed. "As returned" keeps the engine order (and, on long lists, the A-Z grouping with letter headers) exactly as before. "Numeric" reads the number a value starts with, so 9 cm comes before 10 cm. "Most results first" needs the counts to be on, otherwise it falls back to A-Z. "Catalog position" only exists for Categories and for attributes: brands, suppliers, tags and feature values carry no position in PrestaShop, so there it falls back to A-Z too.

Weight, Width, Height and Depth are sliders over the product measurements. A feature can be a slider too, but only when its values really are numbers: the list below offers the choice on those features only. A value of zero counts as "not filled in", so products with no measurement are left out of a slider selection.

☐ On	Facet	Pos	Custom label	Display	Mode	Value order	Counts	Collapsed	Limit	Hide empty	Search
☒	Categories	0	Categories	checkbox	OR	As returned	☒	☐	11	☒	☐
☒	Brand	2	Brand	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☒
☐	Supplier	2	Supplier	checkbox	OR	As returned	☒	☐	0	☒	☐
☐	Tags	3	Tags	checkbox	OR	As returned	☒	☐	0	☒	☐
☒	Price	1	Price	slider	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☒	Availability	8	Availability	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☐	New product	91	New product	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☒	On sale	9	On sale	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☐	Condition	91	Condition	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☐	Weight	9	Weight	slider	OR	As returned	☒	☐	0	☒	☐
☐	Width	11	Width	slider	OR	As returned	☒	☐	0	☒	☐
☐	Height	11	Height	slider	OR	As returned	☒	☐	0	☒	☐
☐	Depth	11	Depth	slider	OR	As returned	☒	☐	0	☒	☐
☐	Composition	11	Composition	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☒	Energy Class	6	Energy Class	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☒	Material	4	Material	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☒	Origin	5	Origin	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☐	Property	11	Property	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☒	Warranty	7	Warranty	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐
☐	Weight Class	11	Weight Class	checkbox	OR	As returned	☒	☐	8	☒	☐

Filtry: konfiguracja domyślna, używana przez każdą kategorię bez własnego szablonu filtrów. Sam ten katalog demonstracyjny ma ponad dwa tysiące wierszy cech i atrybutów; mieszczą się tu tylko pierwsze, reszta działa dokładnie tak samo niżej w tabeli.

Value groups

Put several catalog values under one entry: a shopper reads "Red" and the filter matches Crimson, Scarlet and Burgundy at once. The grouped values disappear from the list and the group takes their place; values you do not list keep showing on their own.

The number next to a group is the count of products the group really matches, not the sum of its values (a product carrying two shades of the same red is one product). The native driver and Elasticsearch / OpenSearch both compute it exactly.

Filter	Group name	Values	Pos
No value group yet.			
Filter	Group name		Position
- choose -			0

Only value lists can be grouped. Price and the measurement sliders have no values to group.

Values in this group (one per line)

Pick from the catalog

Type to filter the values...

Click a value to add it to the list on the left.

For a feature or an attribute the value is written "Group|||Value", which is what the filter matches. Use the picker to add them without typing the separator.

Add group

Legacy facetable pickers (allowlist)

Optional: restrict which feature/attribute groups are exposed. Leave empty to allow all.

Feature groups

☐ Composition
☐ Energy Class
☐ Material
☐ Origin
☐ Property
☐ Warranty
☐ Weight Class

Attribute groups

☐ Color
☐ Dimension
☐ Paper Type
☐ Size
☐ ZZTest Attr 0001
☐ ZZTest Attr 0002
☐ ZZTest Attr 0003

Save

Filtry: tabela grup wartości i stare selektory filtrów, niżej w tej samej zakładce.

7. Szablony filtrów: inny zestaw filtrów dla każdej kategorii

Szablon filtrów pozwala, by jedna kategoria albo cała gałąź drzewa katalogu pokazywała inny zestaw filtrów niż domyślna konfiguracja całego sklepu z zakładki Filtry. Kategoria bez przypisanego szablonu, która nie ma też kategorii nadrzędnej z szablonem stosowanym również do podkategorii, zawsze korzysta z szablonu domyślnego.

Tworzenie szablonu

1. Kliknij **Dodaj szablon filtrów**.
2. Wpisz **Nazwę szablonu**.
3. Zaznacz **„Stosuj też do podkategorii”**, aby szablon dziedziczyła cała gałąź pod przypisanymi kategoriami, oraz **„Używaj tego szablonu także na stronie wyszukiwania”**, jeśli na stronie wyników wyszukiwania ma działać ten konkretny zestaw filtrów zamiast domyślnego.
4. **Produktów na stronę i Domyślne sortowanie** dla tego szablonu: zostaw „Produktów na stronę” na 0, a „Domyślne sortowanie” na „Zgodnie z zakładką Wyświetlanie”, aby po prostu przejść wartości całego sklepu z sekcji 8. Ustawienie „Domyślnego sortowania” na „relevance” to prawdziwy, świadomy wybór, a nie brak wyboru: przywraca tej grupie kategorii zwykłą kolejność PrestaShop, podczas gdy reszta sklepu jest sortowana inaczej.
5. Skonfiguruj **tabele filtrów** tego szablonu dokładnie tak, jak opisuje sekcja 6: to ta sama tabela, ograniczona do tego szablonu zamiast do konfiguracji domyślnej całego sklepu.
6. **Przypisz kategorie** w drzewie po prawej.
7. Kliknij **Zapisz szablon**.

Tabela na górze zakładki wypisuje każdy istniejący szablon z liczbą kategorii, informacją, czy dotyczy podkategorii i czy strony wyszukiwania, oraz akcjami Edytuj / Usuń.

Własny wybór sortowania, który klient ma w pasku adresu, zawsze wygrywa zarówno z szablonem, jak i z ustawieniem całego sklepu, dokładnie tak jak przed wprowadzeniem szablonów. Szablon, który prosi o sortowanie po cenie, gdy sortowanie po cenie jest wyłączone w całym sklepie (sekcja 6), po cichu wraca do zwykłej kolejności PrestaShop, tak samo jak w tej sytuacji robi to domyślne ustawienie całego sklepu.

Filter templates				
Assign a different filter set to specific categories. A category with no template (and no ancestor template that applies to subcategories) uses the Default template (the global Facets configuration). The search page uses the Default unless a template is flagged for search.				
Template	Categories	Subcategories	Search page	Actions
Default	all categories without a specific template	—	✓	edit in the Facets tab
All categories (curated)	1	✓	✗	Edit Delete
Electronics (category demo)	1	✓	✗	Edit Delete
Search results (curated)	0	✗	✓	Edit Delete
+ Add filter template				

Szablony filtrów: szablon domyślny istnieje zawsze; każdy inny wiersz to zestaw filtrów dla wybranych kategorii.

Tworzenie nowego szablonu filtrów: nazwa, opcje dziedziczenia i strony wyszukiwania, własne ustawienia liczby produktów na stronę i sortowania, własna tabela filtrów i drzewo kategorii do przypisania.

8. Wyświetlanie: lista produktów, autouzupełnianie i panel pustego

polo wyszukiwania

Wyniki i lista produktów

Wygląd samej listy (układ siatki, liczba kolumn, pola widoczne na karcie produktu) zawsze należy do motywu i nigdy nie jest tu nadpisywany, więc moduł nie walczy z projektem komercyjnego motywu.

- **Produktów na stronę:** 0 oznacza ustawienie liczby produktów na stronę z PrestaShop. Dotyczy list kategorii i wyszukiwania obsługiwanych przez moduł; wartość podana wprost w adresie zawsze wygrywa.
- **Domyślne sortowanie:** kolejność używana, gdy klient sam jej nie wybrał. „relevance” zachowuje domyślną kolejność PrestaShop (pozycja w kategoriach, najlepsze dopasowanie w wyszukiwaniu); każdy inny wybór zastępuje też sortowanie kategorii według priorytetu marki opisane w sekcji 12.
- **Oferowane opcje sortowania:** które kolejności sortowania pojawiają się na liście wyboru dla klientów.

Autouzupełnianie

Opcja	Co robi
Styl autouzupełniania	Lista rozwijana pod polem wyszukiwania albo nakładka pełnoekranowa otwierana kliknięciem w pole wyszukiwania.
Szerokość pełnoekranowa	Tylko dla nakładki pełnoekranowej: w ramce i wyśrodkowana albo rozciągnięta od krawędzi do krawędzi na szerokich ekranach.
Maks. liczba podpowiedzi	Od 1 do 48.
Pokazuj zdjęcia	Miniatury obok każdej podpowiedzi.
Format zdjęcia w podpowiedziach	Automatycznie używa małego domyślnego formatu zdjęć dla listy rozwijanej i większego, kwadratowego formatu dla nakładki pełnoekranowej, aby jej karty nie były rozmyte; można też wybrać konkretny format z ustawień zdjęć sklepu.
Tekst zastępczy (dla każdego języka)	Tekst widoczny w pustym polu wyszukiwania, jedno pole na każdy język sklepu. Zostaw język pusty, aby użyć przetłumaczonego tekstu domyślnego.
Plakietka podpowiedzi	Dla podpowiedzi produktu: ogólna etykieta typu wyniku (domyślnie), kategoria główna produktu, jego indeks albo nic. Pozostałe typy podpowiedzi (kategorie, marki, strony CMS) zawsze zachowują własną etykietę typu.
Pozycja plakietki	Pod nazwą produktu (domyślnie) albo nad nią.
Typy podpowiedzi	Jakie rodzaje podpowiedzi się pojawiają: produkty, kategorie, marki, strony CMS.

Podpowiedź produktu pokazuje cenę tylko wtedy, gdy sam PrestaShop pokazałby ją temu klientowi: bez ceny w trybie katalogu (chyba że ustawiono dalsze pokazywanie cen), dla grupy klientów, która nie może widzieć cen, albo dla produktu z wyłączonym wyświetlaniem ceny.

Gdy pole wyszukiwania jest puste

Kliknięcie w puste pole wyszukiwania może otworzyć panel z najczęściej wyszukiwanymi frazami sklepu i ostatnimi wyszukiwaniami samego odwiedzającego. Działa też klawiatura:

strzałka w dół otwiera ten sam panel, strzałki w górę i w dół poruszają się po nim, Enter otwiera podświetlony wiersz, Escape go zamyka, a przy otwartym panelu Tab przechodzi do przycisku czyszczenia, Delete usuwa podświetlone ostatnie wyszukiwanie, a Shift+Delete usuwa wszystkie.

Opcja	Co robi
Popularne wyszukiwania	Pochodzą z własnego dziennika wyszukiwań sklepu (sekcja 9), więc wymagają włączonej opcji „Zapisuj wyszukiwania”. Lista jest zbierana w tle i odświeżana kilka razy dziennie przez cron, a także przy każdym zapisie lub otwarciu zakładki Statystyki wyszukiwania; sklep bez crona dostaje listę raz, przy pierwszym otwarciu tej zakładki, i potem przestaje się ona odświeżać.
Ostatnie wyszukiwania (odwiedzającego)	Przechowywane tylko w pamięci przeglądarki danego odwiedzającego, nigdy nie są wysyłane do sklepu ani przez niego zapisywane. Ustawione na Nie: nic nie jest odczytywane ani zapisywane; przy następnym wczytaniu strony usuwane jest też wszystko, co już tam było.
Fraz na listę	Od 1 do 12, dla obu list.
Szukaj w kategorii lub marce	Dodaje pod podpowiedziami skróty w rodzaju „Szukaj t-shirt w: Mężczyźni”, ograniczone do kategorii i marek produktów już pokazanych w panelu (to nie jest licznik z całego zestawu wyników, dlatego obok nie ma liczby; kategoria z wieloma trafieniami niżej w rankingu może nie pojawić się na liście). Najwyżej trzy skróty, najpierw kategorie. Wymaga włączenia zarówno opcji „Przejmij wyszukiwanie w sklepie”, jak i bloku filtrów.

Poziom logowania

Ile szczegółów moduł zapisuje we własnym dzienniku diagnostycznym: cztery poziomy, od informacyjnego po najpoważniejszy. Zostaw wartość domyślną, chyba że szukasz przyczyny problemu razem ze wsparciem.

0 = use the PrestaShop products-per-page setting. Applies to the category and search listings served by this module; an explicit resultsPerPage in the URL still wins.

Order used when the shopper has not picked one. "relevance" keeps the PrestaShop default (position on categories, best match on search); any other choice also replaces the brand-priority category sort of the Search settings tab.

Sort options to offer

☒ relevance ☒ price_asc ☒ price_desc ☒ name_asc ☒ name_desc ☒ date_desc ☒ quantity_desc ☐ sales_desc ☐ available_desc

Autocomplete

Autocomplete style

Full-screen overlay

Full-screen width

Boxed (default)

Max suggestions

18

Show images

Yes

Full-screen: clicking the search box opens a large fixed search bar with results across the whole screen.

Full width: on wide screens the overlay content stretches edge to edge instead of staying centered.

Suggestion image format

Automatic

Automatic uses small_default for the dropdown style, and a larger square format for the full-screen overlay so its cards are not blurry.

Placeholder text (per language)

en

Search our catalog

it

Search our catalog

Shown inside the search box, in the shopper language. Leave a language empty to use the translated default.

Suggestion badge

Product root category

For products, show the root category or the reference instead of the generic type label. Other suggestion types keep their type label.

Badge position

Below the product name (default)

Suggest types

☒ product ☒ category ☐ manufacturer ☐ cms

When the search box is empty

Clicking in an empty search box opens a panel with the most searched terms of the shop and the last searches of that visitor. Keyboard: the down arrow opens the same panel, up and down walk it, Enter follows the highlighted line, Escape closes. Clearing the recent searches works without a mouse too: Tab from the search box moves onto the Clear button, Delete removes the highlighted line and Shift+Delete removes them all.

Popular searches

Yes

Taken from the search log of this shop (Search analytics tab), so it needs "Log searches" to be on. Terms are aggregated in the background and refreshed a few times a day: a search made a minute ago does not appear at once.

The list is built by the module cron, and also whenever you save or open the Search analytics tab. A shop with no cron configured therefore gets its list the first time this tab is opened, and it stops being refreshed after that.

Recent searches (visitor)

Yes

Stored in the browser of the visitor (localStorage) and nowhere else: they are never sent to the shop, never logged, and the visitor can wipe them from the panel itself. Set to No and nothing is read or written at all.

Terms per list

6

Applies to both lists, 1 to 12.

Search inside a category or a brand

Yes

Adds shortcuts such as "Search t-shirt in Men" under the suggestions, which open the results already filtered. Needs "Take over the search page" and the filter block to be on, otherwise the link would land on unfiltered results and the shortcuts stay hidden.

Limit: the categories and brands offered are those of the products already shown in the panel, not a count over the whole result set, which is why no number is shown next to them. A category holding many more matches further down the ranking can be missing. At most 3 shortcuts, categories first.

On a multistore, "Take over the search page" is a per-shop setting; the shortcuts follow it shop by shop, so they can be visible on one shop of the store and absent on another.

Log level

Informative

Save

Wyświetlanie: wyniki i lista produktów, styl autouzupełniania i opcje podpowiedzi oraz panel pokazywany przy pustym polu wyszukiwania.

9. Statystyki wyszukiwania

Czego klienci naprawdę szukają i, co jeszcze cenniejsze, które wyszukiwania kończą się brakiem wyników, czyli utraconą sprzedażą. Zapisywany jest tylko sam tekst zapytania; żadnych danych osobowych.

- **Zapisuj wyszukiwania:** włącza lub wyłącza dziennik wyszukiwań. Popularne wyszukiwania (sekcja 8) wymagają jego włączenia.
- **Przechowuj dane przez (dni):** 0 przechowuje je bezterminowo; w przeciwnym razie starsze wiersze są usuwane automatycznie.
- **Zakres czasu:** ostatnie 7, 30 lub 90 dni, dla poniższych danych.

Cztery liczniki: wszystkie wyszukiwania, unikalne zapytania, wyszukiwania bez wyników i odsetek wyszukiwań bez wyników. Wyszukiwanie tej samej frazy liczy się raz na odwiedzającego i na dzień, a jeden odwiedzający dodaje najwyżej 30 wyszukiwań dziennie, więc pojedyncza osoba nie zawyży tych liczb ani nie wepchnie frazy do popularnych wyszukiwań. Odwiedzający jest rozpoznawany po dziennym odcisku jego adresu, przechowywanym tylko przez ten dzień w pamięci podręcznej serwera i nigdy niezapisywanym w dzienniku wyszukiwań.

Najczęstsze wyszukiwania: najczęściej wyszukiwane frazy, każda z liczbą wyszukiwań, średnią liczbą wyników i przyciskiem **Ukryj**, który jednym kliknięciem dodaje ją do opisanej niżej listy „nigdy nie podpowiadaj”.

Wyszukiwania bez wyników: czego klienci szukali i nie znaleźli. Każdy wiersz oferuje **Dodaj synonim**, który przenosi do zakładki Ustawienia wyszukiwania, oraz **Dodaj regułę**, który otwiera zakładkę Merchandising (sekcja 10) z wpisaną już frazą.

Popularne wyszukiwania pokazywane w polu wyszukiwania

Ta sama lista, która zasila opisany w sekcji 8 panel pustego pola wyszukiwania. Powstaje z wyszukiwań z ustawionego okresu, które znalazły co najmniej jeden produkt i były wyszukiwane co najmniej minimalną liczbę razy, od najczęstszych, zbieranych przez cron oraz przy zapisie lub otwarciu tej zakładki, nigdy w trakcie pisania przez klienta. Frazy złożone wyłącznie ze znaków interpunkcyjnych lub symboli wieloznacznych SQL są pomijane. Na silniku tolerującym literówki błędna pisownia jest dołączana do poprawnie napisanej frazy, do której jest podobna, więc „hummingbrid” nie stoi na liście obok „hummingbird”; pokazywana jest ta pisownia, którą klienci wpisują najczęściej. To łączenie ma określone ograniczenie: dwa naprawdę różne słowa, które różnią się jednym lub dwoma znakami, mogą zostać połączone i wtedy pojawia się tylko to częściej wyszukiwane; panel pod ustawieniem pokazuje dokładnie, co z tego wynika.

Nigdy nie podpowiadaj tych fraz: jedna fraza w wierszu, dopasowywana jako całe słowo, więc „acme” ukrywa „acme” i „acme shoes”, ale nie rusza „acmegroup”; dodaj , aby dopasować ją luźno w dowolnym miejscu frazy. To miejsce na nazwę konkurenta albo niechciane słowo, które pojawi się wśród najczęściej wyszukiwanych fraz sklepu.

Wyczyść statystyki: usuwa każde zapisane wyszukiwanie tego sklepu. Tego nie da się cofnąć.

0 = keep forever. Older rows are pruned automatically.

234
Total searches

25
Unique queries

16
Zero-result searches

7%
% zero-result

Top searches

Query	Count	Avg results	Action
guitar	100	4839	Hide
mug	41	5	Hide
product	20	191669	Hide
smartphone	16	15000	Hide
blender max	8	22500	Hide
mini	8	17625	Hide
guitar	7	14285	Hide
smartphone pro	7	47814	Hide
?page=2	4	0	Hide
Bl�nder	3	11111	Hide
HUMMING	3	5	Hide
begin	2	3	Hide
hum	2	3	Hide
works	2	20000	Hide
Bl�eacute;nder	1	0	Hide
caf� d�co	1	0	Hide
cart	1	1	Hide
hummm	1	5	Hide
mug?n=17539	1	0	Hide
mug?n=21309	1	0	Hide
privacy	1	0	Hide
smart	1	16669	Hide
smartphone?n=16638	1	32	Hide
utiar	1	0	Hide
zebra	1	0	Hide

Zero-result searches

These shoppers found nothing. Add a synonym (Search settings tab) or a matching product.

Query	Count	Action
?page=2	4	Add synonym Add rule
guitar	2	Add synonym Add rule
Bl�eacute;nder	1	Add synonym Add rule
blender	1	Add synonym Add rule
caf� d�co	1	Add synonym Add rule
guitar	1	Add synonym Add rule
hum	1	Add synonym Add rule
mug?n=17539	1	Add synonym Add rule
mug?n=21309	1	Add synonym Add rule
privacy	1	Add synonym Add rule
utiar	1	Add synonym Add rule
zebra	1	Add synonym Add rule

Popular searches shown in the search box

These same searches are what the autocomplete panel offers when a visitor clicks in an empty search box (switch it on or off in the Output tab, "When the search box is empty"). How the list is built: searches of the last 30 days that FOUND at least one product, made at least 2 times, most frequent first. The aggregation runs on the module cron, on a save of this tab and when this tab is opened, never while a visitor is typing, and each list is rebuilt at most every 6 hours: a term that has just become popular can take that long to appear. Saving this tab rebuilds it at once.

Terms made only of punctuation or of SQL wildcards (percent sign, underscore, asterisk) are dropped: they are what a curious visitor types into a search box, not a search to offer anyone. **Misspellings are folded into the term they misspell:** with a typo-tolerant engine a misspelt word finds products too, so "hummingbrid" would otherwise sit in the list next to "hummingbird". A term within one edit (4 to 7 characters) or two edits (8 and over) of a more searched one is treated as that one, and the most frequently typed spelling is the one shown. Terms of three characters or fewer are never folded. The limit of that rule: two genuinely different words that happen to be one or two characters apart are folded together and only the more searched one appears. The list below shows exactly what comes out.

Never suggest these terms

Currently offered to visitors

guitar

mug

product

smartphone

mini

smartphone pro

blender max

guitar

HUMMING

begin

Bl nder

works

In the language of this back office. Each language of the shop has its own list.

Clear analytics

Save

One term per line. A line matches a WHOLE WORD: "acme" hides "acme" and "acme shoes", and leaves "acmegroup" alone. Add a * for a loose match anywhere inside the term: ""acme*" also hides "acmegroup". Case and extra spaces do not matter. This is the place for a swear word or a competitor name that turned up among the most searched terms.

The only character this list cannot hold is "less than"; PrestaShop strips it out of a setting, and a search term cannot contain it either, so a line using it is refused and you are told.

Statystyki wyszukiwania: wszystkie i unikalne wyszukiwania, odsetek wyszukiwa  bez wyników, najczęstsze wyszukiwania oraz wyszukiwania bez wyników z akcjami jednym kliknięciem.

10. Merchandising: reguły wyszukiwania i strona braku wyników

Reguły wyszukiwania decydują, co robi dana fraza, bez zmieniania samego katalogu.

Kolejność pierwszeństwa

1. Najpierw wygrywa reguła przekierowania: działa, zanim zostanie policzony jakikolwiek wynik.
2. W przeciwnym razie wyszukiwanie przebiega normalnie, z silnikiem, synonimami i tolerancją literówek działającymi jak zwykle.
3. Reguła wyróżnienia lub wzmocnienia umieszcza następnie swoje produkty na górze, przed paginacją.
4. Strona braku wyników (poniżej) jest ostatnia, tylko gdy po wszystkich powyższych krokach wyszukiwanie nadal nic nie znalazło.

Wśród reguł dokładne dopasowanie frazy wygrywa z „zawiera”, a „zawiera” z wzorcem; w obrębie jednego typu dopasowania o kolejności decyduje ustawiona przez Ciebie pozycja, a potem id reguły. Wygrywa pierwsza pasująca reguła, a reguły nigdy się nie sumują. Wszystkie trzy rodzaje reguł wycofują się w chwili, gdy klient zastosuje filtr albo wybierze własne sortowanie, bo promowany produkt nie musi pasować do frazy i nie ma miejsca w wyborze, któremu mógłby przeczyć, ani na szczycie listy „od najtańszych”; Twoje własne domyślne sortowanie (sekcja 8) nie jest wyborem klienta i nie wyłącza reguł. Jedynym wyjątkiem jest stronicowanie: wyróżnione produkty zajmują pierwsze miejsca całej listy, więc strona 2 i kolejne zaczynają się po nich, zamiast je powtarzać.

Tworzenie reguły wyszukiwania

1. Kliknij **Dodaj regułę wyszukiwania**.
2. Wybierz **Gdy fraza wyszukiwania**: pasuje dokładnie, zawiera albo pasuje do wzorca (użyj * jako symbolu wieloznacznego, na przykład `iphone*`). Wielkość liter, znaki diakrytyczne i interpunkcja są zawsze ignorowane.
3. Wpisz **Frazę**, wybierz **Język** (albo „Wszystkie języki”) i **Pozycję** wśród pozostałych reguł.
4. Wybierz, co dzieje się **Następnie**: przypięcie wyróżnionych produktów na górze bez względu na dopasowanie, wzmocnienie pasujących produktów bez przypinania tych, które nie pasują, albo przekierowanie klienta.
5. Dla reguły wyróżnienia lub wzmocnienia wybierz do **24 produktów**, wpisując ich nazwę lub indeks, w kolejności, w jakiej mają się pojawić.
6. Dla przekierowania wybierz typ celu (kategoria, strona CMS, produkt, marka albo zwykły adres URL zaczynający się od `http://`, `https://` lub ukośnika `/`), jego ID lub adres oraz kod HTTP: 302, chyba że masz pewność, bo 301 jest zapamiętywany przez przeglądarki i trudno go cofnąć.
7. Kliknij **Zapisz regułę wyszukiwania**.

Indeks wyszukiwania, który nie potrafi filtrować po konkretnej liście id produktów, nie może obsłużyć wyróżnionych ani wzmocnionych produktów reguły; jeśli dotyczy to Twojego obecnego indeksu, zakładka o tym informuje i prosi o pełną reindeksację z zakładki Pulpit. Reguły przekierowania i strona braku wyników działają mimo to, bo żadna z nich nie wymaga od silnika filtrowania po liście produktów.

Multistore: reguły wyszukiwania to jedyne ustawienie na tej stronie, które nie jest współdzielone. Każde inne ustawienie modułu jest przypisane do sklepu z globalną wartością zapasową; reguła zapisana przy wybranej opcji „Wszystkie sklepy” zostaje zapisana dla jednego

sklepu, który akurat był w kontekście, a nie udostępniona pozostałym. Przed zapisaniem reguły przełącz się na sklep, dla którego jest przeznaczona, i powtórz ją w każdym sklepie, który jej potrzebuje.

Strona braku wyników

To, co widzi klient, gdy wyszukiwanie nic nie znajduje, po tym jak zawiodły już synonimy i tolerancja literówek; pokazywana pod własnym komunikatem motywu o braku wyników, tylko na stronie wyszukiwania.

- **Pokazuj stronę braku wyników:** włączona lub wyłączona.
- **Produkty do podpowiadania:** do 24, wybierane tak samo jak w regule wyszukiwania.
- Dla każdego języka: pole **Nagłówek** i pole **Tekst** (dozwolone podstawowe znaczniki HTML).

Order of precedence

1. A redirect rule wins first: it fires before any result is computed, so nothing else runs.
2. Otherwise the search runs normally (engine, synonyms, typo tolerance).
3. Then a featured / boost rule puts its products at the top, before the results are paginated.
4. The zero-result page comes last, only when the search still found nothing.

Among rules, an exact term beats "contains", which beats a pattern; inside one match mode your own order (position, then id) decides. The first matching rule wins and rules never stack.

All three kinds of rule stand down as soon as the shopper asks for something of their own: a filter, or a sort order. A promoted product does not have to match the term, so it has no business inside a selection it may contradict, nor on top of a "cheapest first" list. Your own default sort order (Output tab) is not a shopper choice and does not switch the rules off. Paging is different: the featured products occupy the first places of the whole listing, so page 2 and beyond continue after them instead of repeating them.

Multistore: search rules belong to the shop you are editing. Unlike the other settings on this page they have no all-shops value, so a rule has to be created again on every shop that needs it.

On	Pos.	When the search term	Rule	Result	Language	Actions
No search rules yet.						

+ Add search rule

Zero-result page

What a shopper sees when a search found nothing, after synonyms and typo tolerance have both failed. Shown under the theme message, on the search page only.

Show the zero-result page

Products to suggest

Yes

Type a product name or reference

English (English)

Heading

Text (HTML: basic tags allowed)

Italiano (Italian)

Heading

Text (HTML: basic tags allowed)

Save zero-result page

Save

Merchandising: kolejność pierwszeństwa, tabela reguł wyszukiwania i poniżej strona braku wyników.

Order of precedence

1. A redirect rule wins first: it fires before any result is computed, so nothing else runs.
2. Otherwise the search runs normally (engine, synonyms, typo tolerance).
3. Then a featured / boost rule puts its products at the top, before the results are paginated.
4. The zero-result page comes last, only when the search still found nothing.

Among rules, an exact term beats "contains", which beats a pattern; inside one match mode your own order (position, then id) decides. The first matching rule wins and rules never stack.

All three kinds of rule stand down as soon as the shopper asks for something of their own: a filter, or a sort order. A promoted product does not have to match the term, so it has no business inside a selection it may contradict, nor on top of a "cheapest first" list. Your own default sort order (Output tab) is not a shopper choice and does not switch the rules off. Paging is different: the featured products occupy the first places of the whole listing, so page 2 and beyond continue after them instead of repeating them.

Multistore: search rules belong to the shop you are editing. Unlike the other settings on this page they have no all-shops value, so a rule has to be created again on every shop that needs it.

On	Pos.	When the search term	Rule	Result	Language	Actions
No search rules yet.						

New search rule

When the search term	Term	Language	Position
is exactly		All languages	0

Case, accents and punctuation are ignored. With the pattern mode, * stands for anything (e.g. "iphone*").

Then	Enabled
Featured products: put them on top, matching or not	Yes

Products

In this order, at the top of the results. A product must be active, associated to this shop and visible in search. Up to 24 products per rule.

Zero-result page

What a shopper sees when a search found nothing, after synonyms and typo tolerance have both failed. Shown under the theme message, on the search page only.

Show the zero-result page	Products to suggest
Yes	Type a product name or reference

English (English)	
Heading	Text (HTML: basic tags allowed)

Italiano (Italian)	
Heading	Text (HTML: basic tags allowed)

Tworzenie reguły wyszukiwania: warunek dopasowania, fraza, akcja i wybór produktów dla reguły wyróżnienia lub wzmocnienia.

11. Strony docelowe SEO dla filtrów

Domyślnie każdy adres z filtrami, jaki klient może zbudować (na przykład kategoria z zaznaczoną marką i kolorem), jest oznaczony jako `noindex, follow`, więc wyszukiwarki internetowe nigdy nie są zapraszane do indeksowania niemal nieskończonej liczby kombinacji, jakie potrafi wytworzyć system filtrów. Ta zakładka pozwala świadomie zamienić małą, wybraną liczbę wartościowych kombinacji w prawdziwe, indeksowalne strony docelowe, każdą z własnym tytułem, meta opisem, nagłówkiem, tekstem wprowadzającym i czytelnym adresem w rodzaju `/red-running-shoes`, z kanonicznym tagiem wskazującym na siebie.

Dawny adres z parametrami strony, która dostała przyjazny URL, przekierowuje na nią kodem 301, więc już zaindeksowany link dalej działa i przekazuje swoją pozycję.

Tworzenie strony SEO filtra

1. Ustaw **„Włącz strony docelowe SEO”** na Tak i opcjonalnie ustaw **prefiks URL** (zostaw pusty dla stron w katalogu głównym, na przykład `/red-running-shoes`; prefiks taki jak „filters” daje `/filters/red-running-shoes`, co przydaje się, gdy adresy Twoich kategorii nie zawierają numerycznego id, bo inaczej adres z jednym segmentem zostałby najpierw dopasowany przez trasę kategorii).
2. Kliknij **Dodaj stronę SEO filtra**.
3. Wybierz **Zakres**: lista kategorii albo strona wyszukiwania. Dla kategorii wybierz **Kategorię docelową**.
4. Ustaw **Klucz URL**, czyli właściwy adres strony. Wypełnia się podczas pisania na podstawie meta tytułu w języku domyślnym i pozostaje edytowalny; klucz już używany przez kategorię, produkt, stronę CMS, inną stronę SEO, stronę systemową, folder instalacji albo przyjazny URL innego modułu jest odrzucany, podobnie jak klucz, który zaczynałby się jak id kategorii.
5. Zbuduj **kombinację filtrów do dopuszczenia**: marki, dowolna grupa atrybutów, dowolna grupa cech, dostępność, stan, znaczniki Nowość i W promocji oraz zakres cen, wszystko jako listy wielokrotnego wyboru.
6. Dla każdego języka wypełnij **Meta tytuł, Nagłówek H1, Meta opis i Tekst wprowadzający** (dozwolone podstawowe znaczniki HTML). Nagłówek H1 jest pokazywany nad produktami z wyglądem tytułu strony; w kodzie jest nagłówkiem drugiego poziomu, bo motyw sam wypisuje już H1 strony.
7. Kliknij **Zapisz stronę SEO**.

Tabela wypisuje każdą stronę z jej celem, podsumowaniem filtrów, tytułem, kluczem URL (albo informacją, że strona nadal działa pod starym adresem z parametrami), oznaczeniem, jeśli jej adres koliduje teraz z czymś innym, linkiem **Podgląd** oraz akcjami Edytuj / Usuń.

Jedna dopuszczona kombinacja dostaje dokładnie jedną stronę: druga strona dla już dopuszczonej kombinacji jest odrzucana. Zakres liczbowy, na przykład waga lub cena wpisana wprost w adres zamiast wybrana w tym formularzu, nie jest uwzględniany na stronie SEO: przyjazny adres sam w sobie jest całym wyborem, więc strona ignoruje wszystko, co dodatkowo niesie ciąg zapytania. Zakresy działają normalnie na zwykłych listach kategorii i wyszukiwania.

Jeśli ustawienie przyjaznych adresów URL w PrestaShop (Parametry sklepu > Ruch i SEO) jest wyłączone, strony SEO są dostępne pod starym adresem z parametrami, dopóki się go nie włączy; zakładka informuje, kiedy tak jest.

SEO filter landing pages
Whitelist specific, valuable filter combinations (e.g. a category + a brand + a colour) as INDEXABLE landing pages with custom title, meta description, H1 and intro text, each at its own readable address (e.g. /red-nike-shoes) with a self-referencing canonical. Every other filtered URL stays noindex, follow. The old ?id_f=... address of a page redirects (301) to the new one.

Enable SEO landing pages

URL prefix (optional)

Yes

none: pages at the root

Leave empty for /url-key. A prefix such as "filters" gives /filters/url-key: use it if your category URLs have no id (a single-segment category schema is matched before module routes).

On	Target	Filters	Title	URL key	Actions
✓	Electronics	Brand: HydraPlus	HydraPlus Electronics - Official Range Demo Store	hydraplus-electronics	View Edit Delete

+ Add SEO filter page

Strony SEO filtrów: ustawienie prefiksu URL i tabela dopuszczonych, indeksowalnych kombinacji filtrów.

URL key

https://demo.presta365.com/

generated from the meta title

The page address: lowercase letters, digits and dashes. Filled in from the meta title of the default language while you type; edit it freely. A key already used by a category, a product, a CMS page or another SEO page is refused.

Filter combination to whitelist

Brands

Color

Dimension

Paper Type

AeroCorp

AeroGear

AeroLabs

AeroLine

AeroOne

AeroPlus

AeroStyle

Gray

Taupe

Beige

White

Off White

Red

Black

40x60cm

60x90cm

80x120cm

Ruled

Plain

Squared

Doted

Tworzenie strony SEO filtra: klucz URL i początek kombinacji filtrów do dopuszczenia (w tym katalogu marka, kolor, wymiar i rodzaj papieru; w Twoim sklepie pojawią się tu Twoje filtry).

Availability

☐ In stock

Condition

☐ New ☐ Used ☐ Refurbished

Flags

☐ New ☐ On sale

Price min

Price max

English (English)

Meta title

H1 heading

Meta description

Intro text (HTML: basic tags allowed)

Italiano (Italian)

Meta title

H1 heading

Meta description

Intro text (HTML: basic tags allowed)

Save SEO page

Cancel

Save

Niżej w tym samym formularzu: dostępność, stan, znaczniki Nowość i W promocji, zakres cen oraz tytuł, opis i tekst wprowadzający dla każdego języka.

12. Zaawansowane: zasady list produktów i ceny indywidualne

Zasady list produktów (kategoria i wyszukiwanie)

Opcja	Co robi
Produkty niedostępne	Pokazuj je tam, gdzie naturalnie umieszcza je wybrane sortowanie, pokazuj je na końcu (po wszystkich produktach dostępnych, z zachowaniem Twojej kolejności sortowania w każdej z dwóch części i poprawnie na kolejnych stronach) albo ukryj je całkowicie. Niedostępny oznacza ilość równą zero. „Pokaż je na końcu” wymaga reindeksacji, aby zadziałać na zewnętrznym silniku.
Wariant pokazywany przy filtrowaniu po atrybucie	Gdy klient filtruje na przykład po rozmiarze lub kolorze: pokaż kartę produktu dla pasującej kombinacji, czyli z jej własnym zdjęciem, ceną i stanem, albo zawsze domyślną kombinację produktu, bez względu na filtr.
Domyślne sortowanie kategorii	Domyślna kolejność motywu (pozycja) albo najpierw priorytet marki (wartość priorytetu ustawiona przy producencie), potem pozycja.
Wyklucz ID wartości cech	Lista ID wartości cech rozdzielona przecinkami. Produkty z którąkolwiek z nich są ukrywane na każdej liście, co przydaje się do wycofania zakończonej linii bez jej usuwania. Wymaga reindeksacji, aby w pełni zadziałać na zewnętrznym silniku.

Ceny indywidualne (ceny specjalne dla pojedynczych klientów)

Cena pokazywana klientowi jest zawsze liczona na żywo i dokładnie przez PrestaShop, łącznie z jego ewentualną ceną indywidualną; nic w tej zakładce tego nie zmienia. To ustawienie decyduje wyłącznie o tym, która cena jest używana wewnętrznie do **sortowania i filtrowania** listy, bo do tego potrzebna jest jedna zindeksowana wartość na produkt, a nie liczenie na żywo dla każdego klienta przy każdym wyświetleniu strony. Domyślnie tą zindeksowaną wartością jest cena grupy klientów, więc klient z własnym cennikiem, na przykład z integracji ERP lub z umowy, może zobaczyć listę posortowaną lub przefiltrowaną nieco inaczej niż to, co faktycznie zapłaci przy zamówieniu.

Obsługa cen indywidualnych: cztery tryby.

- **Wył.:** sortowanie i filtrowanie po cenie zawsze używa ceny grupy klientów.
- **Indeksuj ceny indywidualne:** liczy dokładną zindeksowaną cenę dla każdego klienta z własnym cennikiem, więc także jego wyniki sortowania i filtrowania są dokładne. Po włączeniu wymaga reindeksacji.
- **Pokazuj informację:** wyświetla przy sortowaniu i filtrze ceny komunikat dla klientów z cennikiem indywidualnym, że pokazane tam kwoty mogą nie być ich dokładną ceną.
- **Oba:** indeksuje ceny indywidualne i nadal pokazuje informację każdemu klientowi, który z jakiegoś powodu nie jest objęty indeksowaniem (patrz limit klientów poniżej).

Gdy indeksowanie jest włączone, zakładka szacuje dla Twojego obecnego katalogu, ile dodatkowych obliczeń cen wymagałaby pełna reindeksacja oraz mniej więcej ile dodatkowych minut i ile dodatkowego miejsca w indeksie należy się spodziewać, zanim ją włączysz. **Limit klientów** (stała liczba albo Auto, zależnie od wolnego miejsca na dysku klastra Elasticsearch lub OpenSearch) to ogranicza: klienci ponad limitem po prostu wracają do ceny swojej grupy, zamiast nieprzewidywalnie obciążać każdą reindeksację.

Listing rules (category & search)

Out-of-stock products

Variant shown when filtering by attribute

Default category sort

Show them where the sort puts them

The matching combination (photo, price, stock)

Position (theme default)

Out of stock means quantity 0. "Show them last" keeps your sort order inside each half and works across pages; with a search engine it needs a reindex to take effect.

When a shopper filters on "size 42" or "red", the product card shows that combination: its photo, its price and the stock of every combination matching the filters. Products with no combination matching all the active filters keep their default one.

Brand priority uses a "priority" column on the manufacturer table (higher first); 0 when your shop has none.

Exclude feature-value IDs

e.g. 1037,1061,1043

Products carrying any of these feature-value IDs are hidden from listings (e.g. discontinued lines). Requires a reindex to take full effect.

Personal prices (per-customer specific prices)

The price SHOWN to shoppers is always exact. PrestaShop recomputes it for the logged-in customer, including their personal prices. This setting only affects SORTING and FILTERING by price, which use the indexed price. By default those use the customer group price; a customer with an individual price list (specific_price on their account) may see slightly different sort/filter results. Below you decide how to handle that.

Handling of personal prices

Off: sort/filter by price use group prices

"Index personal prices" computes an exact price for each customer that has an individual price list (via getPriceStatic) and uses it for their price sort/filter. Requires a reindex after changing.

Zaawansowane: zasady list produktów dla stanów, wariantów, sortowania kategorii i wykluczonych cech, a poniżej ustawienia cen indywidualnych.

13. Reindeksacja i cron

Zakładka **Pulpit** to strona główna modułu. Na silniku natywnym po prostu potwierdza, że działa wyszukiwanie natywne i nie ma nic do indeksowania. Z zewnętrznym silnikiem pokazuje stan połączenia, liczbę zindeksowanych dokumentów według typu, tabelę wszystkich indeksów z liczbą dokumentów każdego z nich oraz dwa przyciski: **Reindeksuj teraz** i **Usuń wszystkie zindeksowane dane**, oba z paskiem postępu na żywo.

Pełna ręczna reindeksacja tym przyciskiem jest potrzebna raz, zaraz po pierwszym przejściu na zewnętrzny silnik, i ponownie po każdej zmianie, którą ta instrukcja opisuje jako wymagającą reindeksacji (filtry analizatora, sposób pokazywania produktów niedostępnych, indeksowanie cen indywidualnych, wykluczone ID wartości cech, grupy klientów, które widzą kategorię, i kilka innych wskazanych w instrukcji).

Po aktualizacji z wersji starszej niż 4.21.0 uruchom jedną pełną reindeksację na zewnętrznym silniku: indeks zapisuje teraz, które grupy klientów mogą widzieć każdy produkt i każdą kategorię (sekcja 5), a strona modułu pokazuje przypomnienie **Wymagana pełna reindeksacja**, dopóki każdy indeks nie zostanie przebudowany. Na silniku natywnym nie trzeba nic robić.

Zakładka pokazuje też chroniony tokenem adres URL crona w postaci:

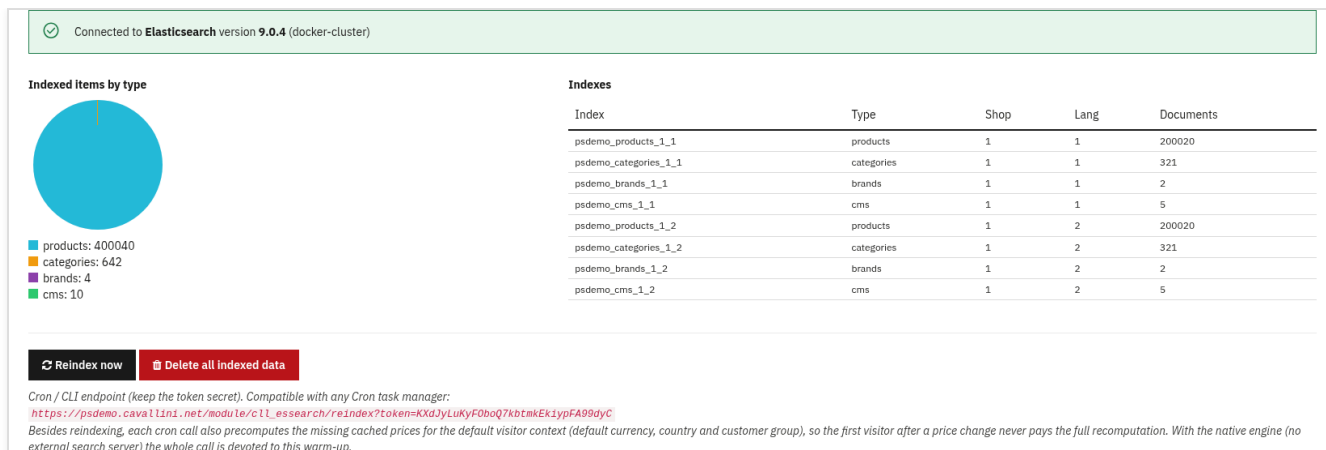
```
https://your-shop/index.php?fc=module&module=cll_essearch&controller=reindex&token=SECRET
```

Dodaj go do harmonogramu zadań serwera albo do dowolnej zewnętrznej usługi, która potrafi wywoływać adres URL według harmonogramu; punkt końcowy można bezpiecznie wywoływać dowolnie często, a pracuje on w ramach budżetu czasu (domyślnie 50 sekund, od 5 do 280 przez `&seconds=N`). Każde wywołanie robi dwie rzeczy:

- Na zewnętrznym silniku najpierw wysyła zmiany produktów zebrane w kolejce, gdy silnik nie odpowiadał, a potem prowadzi pełną lub przyrostową reindeksację wszystkich sklepów i języków w ramach budżetu czasu; na silniku natywnym nie ma nic do indeksowania, więc ten krok jest pomijany, a cały budżet przechodzi na następny.
- Pozostały czas poświęca na przygotowanie cen w pamięci podręcznej używanych do sortowania i filtrowania, dla domyślnego kontekstu odwiedzającego bieżącego sklepu, aby pierwszy odwiedzający po zmianie ceny nigdy sam nie płacił za pełne przeliczenie. Dodaj `&only=prices`, aby przygotowywać same ceny według własnego, częstszego harmonogramu niż pełna reindeksacja, oraz `&warm_max=N`, aby ograniczyć liczbę produktów wycenianych w jednym wywołaniu.

Ten sam punkt końcowy przyjmuje też tryb partii `id_shop` / `id_lang` / `offset`, którego wewnętrznie używa już przycisk Reindeksuj teraz w panelu, dostępny dla każdego zewnętrznego harmonogramu, który woli małe, wznowialne partie od jednego długiego wywołania.

Na zewnętrznym silniku reindeksacja buduje nowy indeks z sygnaturą czasu i przełącza na niego klientów dopiero po zakończeniu budowy, więc trwająca reindeksacja, ani taka, która przerwie się w połowie, nigdy nie zostawia sklepu z niedokończonym indeksem ani z zepsutym wyszukiwaniem. Jednocześnie trwa tylko jedna przebudowa danego indeksu: jeśli cron już go przebudowuje, **Reindeksuj teraz** o tym informuje i prosi o chwilę cierpliwości, zamiast pozwolić, by obie operacje kasowały sobie nawzajem niedokończony indeks.



Pulpit: stan połączenia, zindeksowane dokumenty według typu, tabela indeksów, sterowanie reindeksacją i adres URL crona.

14. Multistore

Ustawienia połączenia, wszystkie główne przełączniki, konfiguracja filtrów i szablony filtrów są przypisane do sklepu, z globalną wartością domyślną dla każdego sklepu bez własnych ustawień. Dzięki temu dwa sklepy tej samej instalacji PrestaShop mogą działać obok siebie na dwóch różnych wyszukiwarkach, z dwoma różnymi motywami i dwoma różnymi zestawami filtrów. „Przejmij wyszukiwanie w sklepie” również jest ustawieniem sklepu, a skróty autouzupełniania „szukaj w kategorii lub marce” (sekcja 8) podążają za tym ustawieniem sklep po sklepie.

Znane ograniczenie: reguły merchandisingu nie są współdzielone. W odróżnieniu od wszystkiego powyżej reguła wyszukiwania (sekcja 10) zapisana przy wybranej w panelu opcji „Wszystkie sklepy” trafia do tego jednego sklepu, który akurat był w kontekście, a nie do całej instalacji. W multistore utwórz regułę ponownie w każdym sklepie, który jej potrzebuje, albo przed zapisem przełącz się na ten jeden sklep, zamiast liczyć, że „Wszystkie sklepy” ją rozpowszechni.

15. Najczęstsze pytania i znane ograniczenia

Czy do korzystania z modułu potrzebuję Elasticsearch, OpenSearch lub Meilisearch?

Nie. Silnik natywny działa, gdy tylko ustawisz **Włącz wyszukiwanie w sklepie** na Tak (sekcja 1), bez zewnętrznego serwera, i już zapewnia wyszukiwanie, autouzupełnianie, nawigację fasetową oraz własną tolerancję literówek. Zewnętrzny silnik to ulepszenie wydajności i trafności dla większych katalogów, a nie wymóg.

Zmieniłem wyszukiwarkę i teraz wyszukiwanie nic nie zwraca.

Zmiana silnika w zakładce Połączenia nie przenosi indeksu poprzedniego silnika. Po zmianie uruchom **Reindeksuj teraz** w zakładce Pulpit.

Dlaczego wartości filtrów na mojej liście nie pokazują liczby produktów?

Sprawdź „Pokazuj liczbę wyników” w zakładce Filtry. Przy ustawieniu Automatycznie liczniki są celowo ukryte na silniku natywnym, aby uniknąć jednego dodatkowego zapytania na każdą wartość filtra przy każdym wyświetleniu listy; włącz je ręcznie, jeśli Twój katalog jest na tyle mały, że koszt jest do przyjęcia, albo przejdź na wyszukiwarkę, która zwraca liczniki bez dodatkowych zapytań.

Panel filtrów AJAX nie odświeża siatki produktów w moim motywie.

Wpisz w polu „Selektor CSS listy produktów” w zakładce Ustawienia wyszukiwania (sekcja 3) selektor CSS kontenera siatki produktów Twojego motywu.

Autouzupełnianie nie pojawia się, gdy piszę w polu wyszukiwania.

Pole wyszukiwania Twojego motywu może nie używać standardowego kodu PrestaShop. Ustaw pole „Selektor CSS pola wyszukiwania” (sekcja 3).

Na stronach list widzę dwa przyciski „Filtry” albo dwa panele filtrów.

Jednocześnie działa inny moduł nawigacji fasetowej, najczęściej własny moduł PrestaShop `ps_facetedsearch`; PrestaShop pozwala odpowiadać na hak, który liczy filtrowanie kategorii, tylko jednemu modułowi, więc dwa moduły próbujące narysować panel dają zdublowany, mylący wynik. Strona konfiguracji modułu pokazuje ostrzeżenie z nazwą każdego konkurencyjnego modułu i przyciskiem Wyłącz przy każdym z nich; żadne dane nie giną, a każdy z nich można w dowolnej chwili włączyć ponownie z Menedżera modułów. Na tej samej stronie osobne przypomnienie o `ps_facetedsearch` ma przycisk **Nie pokazuj tego ponownie**, dla sklepu, który celowo zostawia ten moduł włączony.

Czy moduł zmienia sposób pokazywania cen zalogowanym klientom z cenami specjalnymi?

Nie. Cena pokazywana klientowi jest zawsze liczona na żywo przez sam PrestaShop, dokładnie tak, jak bez tego modułu. Ustawienie „Ceny indywidualne” w zakładce Zaawansowane (sekcja 12) wpływa tylko na to, która cena jest używana wewnętrznie do sortowania i filtrowania listy.

Czy mogę całkowicie wyłączyć filtry w wybranej kategorii?

Tak: utwórz szablon filtrów bez włączonych filtrów (albo tylko z tymi, które chcesz) i przypisz go do tej kategorii (sekcja 7).

Czy wyszukiwarki internetowe zaindeksują każdą możliwą kombinację filtrów w moim sklepie?

Nie. Każdy adres z filtrami jest domyślnie oznaczony jako `noindex, follow`. Skorzystaj z zakładki Strony SEO filtrów (sekcja 11), aby świadomie zamienić wybrane, wartościowe

kombinacje w indeksowalne strony z własnym adresem, tytułem i opisem.

Czy wyłączenie „Ostatnich wyszukiwań” wysyła cokolwiek do sklepu?

Nie, w żadnym z obu stanów. Ostatnie wyszukiwania są przechowywane tylko w pamięci przeglądarki odwiedzającego i nigdy nie są wysyłane do sklepu ani przez niego zapisywane; wyłączenie ustawienia oznacza po prostu, że z tej pamięci nic nie jest odczytywane ani do niej zapisywane.

Motyw zbudowany na Hummingbird lub Classic nie pokazuje filtrów na stronie wyników wyszukiwania. Czy moja wersja PrestaShop jest za stara?

Nie. Motywy Classic i Hummingbird dają stronie wyników wyszukiwania układ na pełną szerokość bez lewej kolumny w każdej wersji PrestaShop, od 1.7.1 aż po 9.1; to wybór układu samego motywu dla tej strony, a nie ograniczenie wersji, i żadna aktualizacja PrestaShop tego nie zmienia. Właśnie dlatego moduł wyświetla blok filtrów z drugiego haka, na poziomie układu strony, na każdej stronie o takim kształcie (sekcja 3), więc działa w każdej wersji.

Inne znane ograniczenia, o których warto wiedzieć wcześniej

- Zgrupowany filtr (sekcja 6) nie pokazuje na Meilisearch żadnej liczby produktów, zamiast pokazać błędną.
- Na silniku natywnym i na Meilisearch dwa filtry tej samej grupy bazowej, na przykład cecha Kolor i cecha Rozmiar, nie widzą nawzajem swojego wyboru we własnych licznikach: wybór koloru nie zawęży liczb pokazywanych przy rozmiarach, które czasem mogą wskazać wartość dającą potem zero wyników. Na Elasticsearch i OpenSearch każda grupa cech lub atrybutów jest liczona z uwzględnieniem wyborów w pozostałych grupach, a już zaznaczona wartość, którą wykluczają inne wybory, zostaje na liście z liczbą 0, aby można ją było odznaczyć.
- Karta dołączona do listy przez „Załaduj więcej” lub przewijanie nieskończone (sekcja 3) nie jest dekorowana przez inny moduł, który reaguje na pełne odświeżenie siatki, na przykład ikoną serca listy życzeń; nie dotyczy to zmiany strony przez numerowaną paginację, sortowania ani liczby produktów na stronę. Jeśli taki moduł musi dekorować każdą kartę, użyj trybu numerowanej paginacji.
- Strona SEO filtra (sekcja 11) nie uwzględnia zakresu liczbowego wpisanego wprost w jej adres; przyjazny adres jest całym wyborem.
- Reguły merchandisingu (sekcja 10) to jedyne ustawienie sklepu w tym module, które nie jest współdzielone w instalacji multistore z kontekstu „Wszystkie sklepy”.
- `ps_facetedsearch`, własny moduł filtrowania PrestaShop, konkuruje z tym modulem o ten sam hak; wyłącz go, jeśli oba są aktywne w tym samym sklepie (patrz pytanie powyżej).