SPECIFIKACE PŘEDMĚTU PLNĚNÍ

*na zakázku* **„*Digitální transformace ve společnosti BEWIT Natural Medicine, s.r.o.“***

BEWIT E-COMMERCE

Soupis funkcí a nástrojů

Bewit.love jako internetový obchod nabízí běžnou funkcionalitu ve spojení se specifickými komunitními nástroji vyvinutými pro účely podpory prodeje (například přidružené objednávky, systém slev A/B/C, podmínkami skládanými prodejními akcemi a bonusy.

Jsme mezinárodní, multiměnoví a dostupnost našich služeb je pro nás a naše zákazníky důležitá.

# Obsah dokumentu

[**Obsah dokumentu 2**](#_d0fxcb1rsz4w)

[**Co je předmětem 4**](#_98010zwvyk9s)

[**Bewit.love jako prodejní a affiliate nástroj 4**](#_m82mmacvldtd)

[**Partnerská sekce (virtuální kancelář) 5**](#_drs5zq1r3yi2)

[**Definování přístupnosti a nastavení viditelnosti 5**](#_a7nmr48xhn79)

[**Základní skupiny oprávnění 6**](#_fqzyln6ase0u)

[**Typy prodejních akcí 6**](#_u53s4ugz2as7)

[Produkt týdne 6](#_5go98qxvx97e)

[Produkt měsíce 6](#_bvgfy11e1zv5)

[Kouzelná středa 7](#_mksymz97bbd8)

[Zlatý víkend 7](#_sixighesgo7o)

[Black weekend, black friday, sezonní akce, doprava zdarma 7](#_jofj4ct7pw1i)

[**Typy zákaznických odměn 7**](#_nmutlp7xuos5)

[**Neregistrovaný zákazník a nákup bez registrace 8**](#_fk7aw5lmfgxp)

[**Neregistrovaný zákazník a nákup s registrací (bez sponzorského odkazu) 8**](#_rfydrn4syufi)

[**Neregistrovaný zákazník a nákup s registrací (identifikovaný sponzorským odkazem) 9**](#_i4btgietyi0e)

[**Registrovaný zákazník a jeho první objednávka 9**](#_jyhlx0mad1kd)

[**Registrovaný zákazník a opakované objednávky 9**](#_vo7x2mdk1zxv)

[**Nákup za zákazníka 10**](#_ftfei9j5huao)

[**Ruční registrace za zákazníka 10**](#_7nx2e9dxaju6)

[**Mezinárodnost 10**](#_4hz7jbwklwxu)

[**Karta zboží a parametry 10**](#_6telxysppw)

[**Zboží se zkrácenou záruční dobou a předprodej 11**](#_75i49eoe365k)

[**Virtuální položky prodeje 11**](#_nt2ecm43fkzg)

[**Plánovač prodejních akcí 11**](#_3jczed68lho9)

[**Certifikáty 11**](#_mzgvzpp0ehia)

[**Vouchery / slevové kódy 12**](#_uewput9hz6bi)

[**Dárkové poukazy 12**](#_s2660gz22ev6)

[**Multijazyčný tvar URL friendly adresy 12**](#_awvu5co29b69)

[**Zachování historie URL adres 12**](#_yljszu2l1qnp)

[**Optimalizace fotek 12**](#_6yp42m3oyogr)

[**Zákaznické feedy 13**](#_u3zdnisxgl59)

[**Komplexní propojení s IS HELIOS 13**](#_gjwrzaqoltaf)

[**Nástroj pro sledování dostupnosti 14**](#_4uzwsq8id197)

[**Proces zpracování objednávky 14**](#_4ypfb49bf2s6)

[**Shortcode a dynamické propojení v obsahu 15**](#_plg4rhgpqhdn)

[**Cenotvorba 15**](#_v9a0syoiacg0)

[**Autoshipping 15**](#_i1pt3e43aslc)

[**Přihlášení uživatele skrze sociální sítě 15**](#_rq4xjx9c4e7a)

[**Newsletter formulář 16**](#_cdsnjfravtcw)

[**Rezerva pro limity transakčních e-mailů 16**](#_m5ggsw1ybq2l)

[**Prvky výkonnostního marketingu 16**](#_vkgh4acowr2a)

[**Omezení produktových karet 16**](#_865oyro7xz8w)

[**Pozicování položek ve výpisu kategorií 16**](#_e6ssbpqp2lai)

[**Ochrana před DDOS a jinými útoky 17**](#_6b6ee0e8af8)

[**Phrase a spolupráce překladatelů 17**](#_u8m8nuxc4e9a)

[**Fulltext vyhledávání 17**](#_1gj3q1c84cn8)

[**Funkce CRM 17**](#_qas1q5ihwm2f)

[**Nástroje umělé inteligence 18**](#_bzkeec55c9ma)

[**Nástroje pro automatizaci procesů 18**](#_xnylaho79j8)

[**Recenze zákazníků a jejich schvalování 19**](#_q45w7m2xdhtx)

[**Zvýhodnění uživatelé 19**](#_tfm74i3smmv3)

[**Slevové skupiny 19**](#_m2zapzduxmj1)

[**Logování přístupu a úprav 20**](#_3uao69hla21c)

[**Content/obsahový builder 20**](#_rnopom6fpz69)

[**Webové háčky a widgety 20**](#_eqqnobe7q06g)

[**Stránka s ceníkem 20**](#_ggyur5pf5l8n)

[**Hlídací pes 21**](#_2aj4kt3hzcn0)

[**Virtuální peněženka 21**](#_4pqcnaoa9yw7)

[**Základní platební metody 21**](#_4la7c0fsa3bc)

[**Dopravci 21**](#_d2oi9gka11cg)

[**Přidružené objednávky 22**](#_6ry9mgli3t9q)

[**Externí služby 22**](#_sm3pqvw0zfry)

[**GDPR 23**](#_y0njzw4jz5tw)

#  **Co je předmětem**

Poptáváme vývoj nového e-commerce systému, který spojuje vlastnosti internetového obchodu a prostředí pro spolupracující obchodní partnery s funkcemi a nástroji popsanými v tomto dokumentu. Součástí poptávky je také kompletní webdesign a vývoj mobilní aplikace, která uživatelům nabídne stejné možnosti jako webová aplikace.

Naším cílem je prodej vlastních výrobků po celém světě. Nový systém by měl zvládat propracované postupy mezinárodní cenotvorby, zohledňovat časové zóny a zapojit prvky umělé inteligence pro zvýšení celkové efektivity a firemních procesů.

Souběžně s vývojem nového systému poběží i náš stávající systém, proto při přechodu na nový systém bude třeba zajistit migraci dat a zajištění funkčnosti současných internetových adres.

#  **Bewit.love jako prodejní a affiliate nástroj**

Naši partneři (každý registrovaný uživatel, který se rozhodne) mohou používat sponzorské odkazy, pomocí kterých získávají provize z uskutečněných objednávek a při registraci nových uživatelů rozšiřovat svoji síť.

Nabízíme princip affiliate. Odkaz na internetový obchod v sobě nese parametr s identifikátorem sponzora (majitele identifikačního odkazu). Při vstupu návštěvníka na web pak systém skrze API ověřuje platnost odkazu a získává informace o daném sponzorovi. Identifikace a další pomocné značky jsou uloženy do sessions a sponzorská identifikace pak z URL adresy mizí.

Zaznamenaný identifikátor pak odchází s odeslanou objednávkou nebo nově vytvořenou registrací a je pomocí API předán backendové aplikační části k výpočtu provizí nebo dokončení úlohy nové registrace.

Jedná se o hlavní marketingový online způsob propagace, kterou využívají nejen naši uživatelé, ale také my pro své účely (odkazující QR kódy na etiketách výrobků, online propagace, letáky a další tištěné materiály). Důležité proto zůstává zachovat stejnou podobu odkazů i u nové platformy a zajistit plnohodnotné přesměrování.

#  **Partnerská sekce (virtuální kancelář)**

Virtuální kanceláře je samostatně fungující webová aplikace pro spolupracující obchodní partnery. Její backend zajišťuje výpočty provizí affiliate i běžných objednávek a správu uživatelských účtů. S internetovým obchodem a dalšími externími službami komunikuje pomocí vlastního API rozhraní. V novém e-commerce dojde ke sloučení obou našich aplikací do jedné.

#  **Definování přístupnosti a nastavení viditelnosti**

Položky zboží (vč jeho jednotlivých variant), stránky, recenze, bannery i například kategorie v menu mohou mít nastavené omezení přístupnosti podle předem definovaných pravidel.

Základní omezení je postavené nad uživatelskou pozicí (starter až director), které se dále hlouběji rozšiřuje o další podmínky (počet objednávek, umístění v síti a další).

Primárně se používá například pro:

* Omezení zobrazení uživatelských recenzí
* Zobrazení výhodných prodejních akcí (nepřihlášený zákazník nevidí varianty produktu 1+1 - v rámci týdenních akcí)
* Zobrazení speciální marketingových sad pro vybrané zákazníky (speciální přístupnost DT\_60 pro nově registrované uživatele z Rumunska)
* Zobrazení grafického banneru nebo notifikační lišty v záhlaví webu jen pro nově registrované zákazníky bez objednávky
* Skrytí určitých kategorií zboží pro nepřihlášené nebo nadefinované registrované zákazníky

Přístupnost jde v rámci administrace nejen spravovat (vytvářet nové varianty a upravovat existující a definovat u nich pravidla), ale také k jednotlivým typům obsahu přidělovat.

#  **Základní skupiny oprávnění**

Existuje hned několik stupňů oprávnění a přístupů na web, který je složený ze dvou hlavních rozhraní - zákaznická část a část administrační.

Zákaznická část:

* Nepřihlášený uživatel
* Uživatel
	+ Uživatel vidí svůj účet včetně obchodní části.

Administrační část:

* Administrátor
	+ Administrátor do systému přistupuje bez omezení. Má přístup k veškerému obsahu a možnostem nastavení.
* Manažeři
	+ Manažer může dosáhnout úrovně přístupu administrátora, ale primárně dostává přístup pouze k některým modulům a jeho částem s různými úrovněmi oprávnění.
* Editoři
	+ Editoři mohou přistupovat pouze k modulům, které jsou spojené s tvorbou obsahu webu (lze je blíže definovat)

#  **Typy prodejních akcí**

## Produkt týdne

Na každý týden se nastavují nové produkty pro akci (poloviční cena) běžící od pondělí do neděle. Některé mohou být pouze pro přihlášené zákazníky, některé pro všechny.

## Produkt měsíce

Pravidelně se nastavují nové produkty do akce (1 produkt za plnou cenu, druhý stejný zdarma) běžící přes daný měsíc. Nyní je akce určena pouze pro přihlášené uživatele.

## Kouzelná středa

Každou středu mají zákazníci možnost zakoupit si esenciální oleje (nevztahuje se na vzorky) v akci 2+1 dle ručně definovaného výběru položek (6 - 9 druhů). Na každou středu se položky mění. Položky se řadí dle ceny od nejvyšší. Každá třetí položka je za 1 Kč.

## Zlatý víkend

V rámci víkendu mají zákazníci možnost zakoupit si esenciální oleje (nevztahuje se na vzorky) v akci 3+1 a možností kombinovat libovolné druhy. Položky se řadí dle ceny od nejvyšší. Každá čtvrtá položka je za 1 Kč.

## Black weekend, black friday, sezonní akce, doprava zdarma

V průběhu roku se spouští také pravidelné prodejní akce, které mají svá specifika. Většinou se jedná o nastavení slevy na určené skupiny zboží na konkrétní časové období. Někdy také v kombinaci s dopravou zdarma pro všechny nebo některé dopravce při dosažení hodnoty objednávky dle státu doručení objednávky.

#  **Typy zákaznických odměn**

Odměňujeme zákazníky za nákup nebo v rámci akce (zlevněné zboží při dosažení určité hodnoty objednávky).

Tím se dělí odměny na osobní a obecné. Odměna je v podobě nastaveného produktu (jeho varianty nebo variant) s možností výběru z definovaného rozsahu položek nebo jedna konkrétní. Odměna je většinou za 1 Kč nebo za sníženou cenu a je k dispozici k výběru v košíku. Zákazník si tedy vždy musí dát do košíku ještě jinou položku, aby měl možnost si odměnu zvolit.

Osobní odměny jsou přidělované konkrétním uživatelům. Nyní nejčastěji za odeslané hodnocení produktu, za dosažení pozice v žebříčku (odměna za aktivitu nebo budování sítě) v kanceláři, jako poděkování za vytvoření video reference na slavnost. Někdy můžeme tuto formu využít jako omluvu za chybu z naší strany nebo jako poděkování, a zákazníkovi tak umožnit k jeho příští objednávce přiložit vybraný produkt za zvýhodněnou cenu. Vložení osobních odměn do nákupního košíku je limitován (obvykle jedním kusem).

Obecné odměny jsou ve většině případů určené všem nebo většině zákazníkům. Podmínkou může být celková hodnota košíku (nákup nad 250 Kč, 500 Kč, a tak dále) nebo jiná podmínka (například zakoupení jiného produktu z nabídky, registrace v určité síti jako podpora prodeje v novém státě). Z pravidla se zde nastavuje o jednotky procent nižší cena. Obecné odměny mohou nemusí být limitované počtem kusů k zakoupení.

V některých případech nepoužíváme omezení limitu k nákupu jednoho kusu odměny, ale pracujeme s násobky dosažené podmínky. Vzorem může být odměna za sestavení objednávky v hodnotě 700 BP. Zákazník dostává na výběr jeden ze skupiny esenciálních olejů k zakoupení za 1 Kč. Pokud ale sestaví objednávku v hodnotě 1400 BP, má nárok na další odměnu stejného typu.

#  **Neregistrovaný zákazník a nákup bez registrace**

Nakupuje za plné ceny, nezískává žádnou provizi, nepřičítají se mu body na slevu pro příští nákup, má přístup pouze k veřejným prodejním akcím (produkt měsíce - vybraný produkt se slevou 50%).

#  **Neregistrovaný zákazník a nákup s registrací (bez sponzorského odkazu)**

Nakupuje za plné ceny, ze své objednávky nezískává žádnou provizi, začínají se mu sčítat body na slevu (zákazník A, B, C) pro příští nákup a zároveň pro dosažení vyšší pozice (Starter, Supervisor, Leader, Manager, Director), má přístup pouze k veřejným prodejním akcím, jeho sponzorem je BEWIT a provize z objednávky se nepouští do sítě.

#  **Neregistrovaný zákazník a nákup s registrací (identifikovaný sponzorským odkazem)**

Nakupuje za plné ceny, ze své objednávky nezískává žádnou provizi, začínají se mu sčítat body na slevu (zákazník A, B, C) pro příští nákup a zároveň pro dosažení vyšší pozice (Starter, Supervisor, Leader, Manager, Director), má přístup pouze k veřejným prodejním akcím, má svého síťového sponzora a marže a provize z jeho objednávky putují k němu.

#  **Registrovaný zákazník a jeho první objednávka**

Nakupuje za plné ceny, ze své objednávky nezískává žádnou provizi, začínají se mu sčítat body na slevu (zákazník A, B, C) pro příští nákup a zároveň pro dosažení vyšší pozice (Starter, Supervisor, Leader, Manager, Director), má již přístup k prodejním akcím pro přihlášené zákazníky (akce měsíce, akce týdne - zboží v akci 1+1 kusu), provize z jeho objednávek směrují ke sponzorovi, pro svojí první objednávku má aktivovanou speciální akci (3+1 na některé výrobky a další zboží v akci)

#  **Registrovaný zákazník a opakované objednávky**

Nakupuje za ceny dle získané slevové skupiny (A, B, C), dle dosažené pozice (Starter, Supervisor, Leader, Manager, Director) získává provize ze svých objednávek a případně také z objednávek lidí ze své sítě, má přístup k prodejním akcím pro přihlášené zákazníky (akce měsíce, akce týdne - zboží v akci 1+1 kusu), provize z jeho objednávek směřují ke sponzorovi, další prodejní akce se mu aktivují dle splnění síťových podmínek (splněná aktivita, splněná aktivita několikrát po sobě, narozeninový bonus), odměny za odeslané kvalitní hodnocení a tak dále. Část ceny objednávky nebo její celou hodnotu může zaplatit ze své virtuální peněženky.

#  **Nákup za zákazníka**

Sponzor má možnost vytvořit nákup za jiného uživatele ze své sítě. Platí pro něj stejné podmínky jako u dvou výše uvedených variant. Za zákazníka však nejde objednávku platit virtuální peněženkou, protože k těmto údajům nemá sponzor přístup.

#  **Ruční registrace za zákazníka**

Pro případ, kdy si nový zákazník vytváří objednávku a nevybere si možnost si vytvořit účet, z administrace je možné to za něj dodatečně udělat. Nový účet se s jeho objednávkou automaticky spojí.

#  **Mezinárodnost**

Nový e-commerce systém musí být připravený na běh na celém světě a být plně konfigurovatelný vůči zvykům a legislativním opatřením v daných zemích. Lze očekávat, že obsahově bude jinak uspořádán, blogový modul bude obsahovat jiné články, některé produkty nebudou na daném trhu dostupné, některé kategorie produktů nebudou vůbec zobrazené a u ostatních se bude lišit pořadí a nebo položky v nich zařazené. S tímto je spjata i multiměnovost, multidoménovost a také šikovné rozložení zátěže pro zvýšení dosahu a lepší odezvy.

#  **Karta zboží a parametry**

Zboží kromě základních vlastností (kód, GTIN, mezinárodní název, SEO popisky, země původu, cena A, číselník technologií, štítky pro filtry, kategorie) s sebou nese důležité síťové parametry (počet BEWIT bodů, koeficient pro počítání provizí, procentuální slevu pro zákazníky skupiny B a C). Při prodeji do zahraničí nastavujeme také rozdílné daňové sazby u zboží, kdy například knihy mají v Česku nulovou daňovou sazbu, v Polsku druhou sníženou. Zboží je nabízeno formou variant (s každou jsou svázané fotografie a dokumenty, které se liší dle jazykových mutací), některé položky mají pouze jednu variantu (základní), ostatní se skládají ze dvou a více variant (5 ml, 15 ml, 200 ml, sada s černou taštičkou, sada s přírodní taštičkou). V některých případech nabízíme i množstevní slevy, kdy za více kusů určité varianty získává zákazník výhodnější cenu. Z variant různých položek zboží lze sestavit sady, které se prodávají samostatně (vánoční sada esenciálních olejů, výhodné BEWIT sady).

#  **Zboží se zkrácenou záruční dobou a předprodej**

Do prodeje bychom měli být schopni dávat položky, které mají zkrácenou záruční dobu nebo poškozený obal například z důvodu vrácení zboží zákazníkem, a také položky, které jsou v nabídce formou předprodeje.

#  **Virtuální položky prodeje**

V nabídce jsou k nalezení také elektronické/virtuální položky, které zákazníkovi nepřichází fyzicky v balíčku. Může se jednat o vstupenky na workshopy nebo knihy. Je třeba zajistit, aby systém uměl generovat unikátní řady kódů (například u zmíněných vstupenek) a byl co nejvíce zabezpečený proti zneužití.

#  **Plánovač prodejních akcí**

Dnes běží s pravidelností několik prodejních akcí (produkt týdne 1+1, produkt měsíce -50%, kouzelná středa, zlatý víkend) a další specifické sezónní akce (black weekend, black friday, dny dopravy zdarma, dny kosmetiky). Pro všechny typy by měl existovat plánovač, který umožní akce připravit dopředu (načasovat jejich běh, specifikovat typ a parametry akce nebo definovat stát). Zachována musí být také historie pro dohledání hodnot ve statistikách prodejů nebo při úpravě objednávek, které položky obsahují.

#  **Certifikáty**

Ke každému zboží je možné sestavovat certifikáty, které si zákazníci mohou stahovat spolu s dalšími nahranými dokumenty (bezpečností list, návod). Certifikát se vždy váže na aktuálně prodávanou šarži. Struktura informací a hodnot, které se na certifikátu vyskytují (zadávají se při vytváření nebo úpravě) je daná a nemění se.

#  **Vouchery / slevové kódy**

Registrovaní uživatelé si mohou ve své kanceláři generovat vlastní slevové kupony (vouchery). Slevový kupon může pro nákup aktivovat zatím neregistrovaný zákazník nebo uživatel, který se nachází na pozici A a případně splňuje i další definované podmínky. Vložení kódu voucheru nastaví na položky v košíku internetového obchodu slevu skupiny B. Tím se po přijetí a zpracování objednávky krátí marže AB u sponzora vystaveného voucheru.

#  **Dárkové poukazy**

Dárkový poukaz si může zakoupit zákazník jako běžnou položku a v elektronické nebo tištěné formě jej někomu předat. Poukazy mají svojí hodnotu, ze které se při jejich aplikování stává sleva na celou objednávku.

#  **Multijazyčný tvar URL friendly adresy**

Systém generuje nebo umožňuje ručně nastavit/změnit friendly tvar URL adresy zvlášť pro každou jazykovou mutaci.

#  **Zachování historie URL adres**

Při obsahové změně nebo změně názvu bývá žádoucí změnit i vygenerovanou URL adresu produktu/stránky/příspěvku nebo jiné frontendové části (například registrační formulář na přihlášení na online slavnost). Je třeba držet historii změn a automaticky zajistit přesměrování z původní URL adresy na novou.

#  **Optimalizace fotek**

Všechny nahrávané fotografie a obrázky budou procházet optimalizační funkcí a distribuovány na CDN servery nebo řešeny jinou technologií nebo službou, která zajistí co nejvýkonnější načítání obsahu.

#  **Zákaznické feedy**

Pro zákazníky, předně v rámci vztahu B2B, je třeba mít k dispozici správu účtů, které mají nebo jim tak bude přidělen přístup k prodejnímu feedu prodávaných položek. Výstupní zdroj by měl ideálně mít běžně používanou strukturu dat a nebo umožnit formát nadefinovat a pro konkrétní účet nastavit.

#  **Komplexní propojení s IS HELIOS**

E-commerce systém si z pohledu HELIOSu stahuje informace o zboží, předává objednávky a poskytuje data potřebná k jejich zpracování. Následně informace o stavu objednávky prezentuje zákazníkovi a data o nich předává do partnerského systému k výpočtu provizí. HELIOS by tak měl vědět, jaká prodejní akce nyní běží a historicky k datu přijaté objednávky běžela (víkendové 3+1, středeční 2+1, měsíční a týdenní 1+1 nebo -50%, festivalová akce, doprava zdarma), jakou slevovou skupinu má zákazník dosaženou (A, B, C) a nebo které položky z nabídky má aktuálně za výhodnou cenu (například celoroční -50% nebo jiná sleva na určitý sortiment zboží), aby tato data byla zohledněna při úpravě objednávky z naší strany. Technicky není definováno, co který systém má přesně dělat a jak mají komunikovat, je třeba pouze zajistit celkovou funkčnost.

V HELIOSU pak držíme šarže, skladové počty, kusovníky, nastavujeme hlavní vlastnosti položek:

* Stav
* Kód
* EAN
* Český název
* Mezinárodní název
* Daňová sazba
* Základní cena A
* Slevové skupiny B a C vyjádřené procenty
* Zařazení do kategorie
* Množstevní koeficient pro počítání slevy pro více kusů objednávky vybraných položek
* Koeficient
* BP
* Vlastnosti zboží
	+ vždy skladem
	+ dočasně nedostupné
	+ skryté z nabídky (dostupné pouze přes odkaz)
* Země původu
* Hmotnost a rozměry

Helios si následně řeší i účetní záležitosti (příjmové doklady, fakturaci). Do budoucna předpokládáme rozšíření počtu fyzických skladů.

#  **Nástroj pro sledování dostupnosti**

V administraci systému potřebujeme sledovat aktuální dostupnost veškerého zboží (prodávaného jednotlivě i jako součást sad) a jednotlivé stavy nastavovat notifikace. Uživatel vidí, že je například sada GO BEWIT nedostupná, protože aktuálně není vyrobený (není skladem) některý esenciální olej. Nástroj také nabízí možnost přijetí události uživatelem, který si bere odpovědnost za vyřízení vzniklé situace od stavu „převzato“ do stavu „hotovo“.

#  **Proces zpracování objednávky**

Přijatá objednávka je zákazníkovi, potvrzena e-mailem. Během procesu zpracování je o stavu informován a od chvíle tisku štítku přepravce může také sledovat cestu balíku k němu. Veškeré údaje by měly být reflektovány také v uživatelském rozhraní, kde je k dispozici jednotlivé zakoupené položky hodnotit, objednávku reklamovat a nebo jí použít jako zdroj dat k objednávce příští. Z vyřízené objednávky se následně počítají jednotlivé provize.

#  **Shortcode a dynamické propojení v obsahu**

Textový editor pro správu obsahu (blog/stránky/produkty) obsahuje nástroje pro snadné vkládání zástupných znaků, pomocích kterých můžeme například obalit vybranou textovou frázi nebo odstavec a podmínit jeho zobrazení zákazníkům, kteří dosáhli určité pozice, již uskutečnili alespoň jednu objednávku nebo splnili jinou podmínku. Podobně můžeme do obsahu můžeme vložit prolink na jinou prodávanou položku nebo část webu, která se při výstupu automaticky prováže a například naformátuje. Ideální je mít k dispozici prostředí, kde si můžeme jednotlivé shortcode sestavit (jak vypadá samotný zástupný kód a co je výstupem) a následně používat v editoru (jednodušší prvka mohou být CTA tlačítka, blok s produktem, speciálně zvýrazněný text, vytažení země původu prodávané položky kamkoli jinam do textového popisu).

#  **Cenotvorba**

Pro různé státy bychom měli mít možnost nastavovat rozdílné ceny položek a skrze IS je spravovat. Možno také řešit koeficientem lišícím se u jednotlivých států. Důležitým prvkem je i nástroj pro hromadné přecenění vybraných položek, skupiny nebo kategorie, kde dojde k hromadné změně ceny A, procent slevových skupin, bodů, koeficientu a případně dalších číselných hodnot. Funkce nástroje by měly být spustitelné i externě, ideálně skrze API.

#  **Autoshipping**

Zákazníci by měli mít k dispozici možnost nastavit si autoshipping pro svoje nákupy. S tím se očekává příprava komfortního rozhraní, kde bude možné vše spravovat.

#  **Přihlášení uživatele skrze sociální sítě**

Kromě běžného přihlášení, kde plnohodnotné ověření přihlašovacích údajů probíhá na straně našeho serveru, má zákazník také možnost využít přihlášení skrze sociální sítě a jiné služby, které to nabízejí (například Apple ID).

#  **Newsletter formulář**

Zákazníci mají možnost přihlásit se k odběru newsletteru. Aktuálně využíváme API ecomailu zprostředkované přes vlastní API, pro snadnější náhradu poskytovatele v případě potřeby.

#  **Rezerva pro limity transakčních e-mailů**

Je třeba počítat s vysokým objemem posílaných transakční emailů, server nebo služba, která bude rozesílku zprostředkovávat s tímto musí počítat.

#  **Prvky výkonnostního marketingu**

Webové prostředí musí nabízet kompletní datovou vrstvu, sémantický dataLayer, GTM/sGTM, Meta cAPI, kompletní ručně/automatizovaně generované feedy zboží a recenzí zákazníků dle standardů Google Merchant Center / Zbozi.cz / Heureka.cz.

#  **Omezení produktových karet**

Některé produkty není možné z různých důvodů prodávat v určitých státech (z důvodu legislativních omezení nebo stíženosti včasného doručení čerstvě lisovaných olejů) a je třeba mít možnost zde prodej omezit. Týkat se to může i celých kategorií.

#  **Pozicování položek ve výpisu kategorií**

Někdy chceme vybrané položky v určité kategorii vyzdvihnout a zobrazit je například na první pozici při řazení dle doporučených, toto bychom měli mít možnost nastavit i o ohledem na to, že položka může být ve více kategoriích (esenciální oleje a novinky), ale vlastní řazení se aplikuje pouze na místech, kde určíme.

#  **Ochrana před DDOS a jinými útoky**

Systém musí odolávat jakýmkoli útokům nebo jiným způsobům zneužití našich dat a být navržen s ohledem na vysokou návštěvnost a náročnost pravidelně běžících úloh.

#  **Phrase a spolupráce překladatelů**

I nový e-commerce systém bude multiměnový a multijazyčný, a tak i obsah, který bude vznikat je třeba přeložit. V současné době jsme napojení na Phrase (Memsource).

#  **Fulltext vyhledávání**

Kvalitní fulltextové vyhledávání je velmi důležitý prvek. Současný systém je napojený na službu Luigi's Box. Propojení může být zachováno, nahrazeno jinou vhodnější službou nebo vyvinuto přímo pro náš systém. Prosíme o doporučení a zohlednění v nabídce.

#  **Funkce CRM**

Nástroj umožní centralizovanou správu kontaktů se zahrnutím údajů o zákaznících (jejich historii komunikace, nákupů a preferencí) a jejich segmentaci.

Potřebujeme řešit efektivní správu požadavků a stížností zákazníků a zlepšovat tak úroveň zákaznické podpory a spokojenosti.

Základem má být také integrace různých komunikačních kanálů (email, chat, telefon, sociální média) a umožnění sledování a správy veškeré komunikace se zákazníky na jednom místě.

#  **Nástroje umělé inteligence**

Primárním cílem je využití schopností umělé inteligence nejen zvýšit efektivitu ve výrobních a prodejních procesech, ale i zlepšit zákaznickou zkušenost a přispět k dlouhodobému růstu společnosti.

Společně s CRM nástroji může například pomoci analyzovat obrovské množství dat o zákaznících a jejich preferencích a pomáhat lépe porozumět jejich potřebám. Identifikuje trendy v nákupním chování (co zákazníci kupují, jak často, v jakých obdobích) a vytváří segmenty zákazníků pro cílené marketingové kampaně. Predikuje, jaké produkty budou pro konkrétní zákazníky nejvíce atraktivní.

Může analyzovat poptávku po produktech a na základě toho pomoci optimalizovat zásoby surovin a vést k efektivnější výrobě a snížení nákladů. Sledováním a vyhodnocováním historických dat o prodeji může předpovídat poptávku po různých produktech v budoucnu a pomáhat při plánování výroby podle očekávané poptávky. Pomůže s optimalizaci zásob a díky tomu minimalizuje náklady na skladování.

Pří vývoji a výrobě monitorovat legislativní změny a zajišťovat, že produkty jsou v souladu s aktuálními předpisy.

Pomocí analýzy veřejných recenzí a komentářů na sociálních médiích může pomoci pochopit, jak jsou produkty konkurence vnímány a co zákazníci od přírodních doplňků očekávají.

Díky umělé inteligenci můžeme strategii konkurence snadněji monitorovat. Například sledovat ceny konkurence a navrhovat optimální cenovou strategii pro vlastní produkty.

#  **Nástroje pro automatizaci procesů**

Automatizace vývoje, výroby, skladování a prodeje vlastního zboží je pro nás klíčovým krokem ke zvýšení efektivity a snížení nákladů.

Systém je třeba navrhnout a připravit na snadné zavádění průběžně vznikajících potřeb řešit automatizované úkony. Měli bychom být schopni si postupy v co největší míře definovat sami.

Systém podle nastavených pravidel zlevní konkrétní šarže s blížící se dobou expirace a umístí je do výprodejové kategorie.

Systém může automaticky vytvářet výrobní příkazy na základě nastaveného minima skladového počtu a podle uskutečněných nákupů nebo predikce.

#  **Recenze zákazníků a jejich schvalování**

Zákazníci mohou poskytnout recenzi (hodnocení) na každou položku, kterou si zakoupí. Každá recenze pak podléhá ručnímu schválení, během kterého se příspěvku nastavují i podmínky pro zobrazení (některé jsou skryté pro nepřihlášené zákazníky, jiné například vidí zákazníci, kteří udělali alespoň 5 objednávek nebo v síti dosáhli určité úrovně). Zákazníci za svůj příspěvek mohou být systémem také odměněni (existuje více úrovní) a odměnu si pak mohou vybrat v košíku internetového obchodu u své příští objednávky.

#  **Zvýhodnění uživatelé**

Někteří zákazníci u nás mají nastavené výhodnější podmínky pro nákupy - slevy nebo stále aktivní odměny na určité produkty nebo kategorie. Spravují se skrze administraci. Mají tak například esenciální oleje se slevou 25% a nebo mohou zakoupit výrobek Prawtein ve variantě 1+1 k dispozici po dobu nastavené platnosti.

#  **Slevové skupiny**

Existují dvě slevové skupiny B a C a základní ceny A. Prodávaná položka má nyní nastavenou cenu A ve měně a zároveň procentuálně vyjádřenou slevu pro zákazníka B a C. Internetový obchod pak ceny zobrazuje již se slevou podle pozice přihlášeného uživatele.

#  **Logování přístupu a úprav**

Smyslem aktivního logování je mít ideálně každou změnu obsahu v administraci evidovanou s možností porovnání vůči historii a ručním obnovení původní hodnoty. Co, kdy, kde a kým bylo změněno / vytvořeno / smazáno. Díky tomu můžeme také sledovat, jak se v průběhu času vyvíjely prodejní ceny.

#  **Content/obsahový builder**

Příprava obsahu by měla být co nejvíce komfortní. V ideálním případě se jedná o wysiwyg doplněný o předdefinované bloky (sloupce, bannery, galerie fotografií, produktové bloky, vlastní widgety) dle konečného grafického návrhu šablony, ze kterých se bude obsahová část v administraci skládat.

#  **Webové háčky a widgety**

V rámci celého webu nadefinujeme místa, kde bude možné přichytit vybraný widget. Může se jednat o textové upozornění nebo jinou notifikaci, grafický banner, shortcode, video nebo jiný typ statického/dynamického obsahu. Správa probíhá z administrační části a widgety budou mít svá specifika (typ obsahu, obsahovou část, termín zobrazení, zobrazení dle přístupnosti dle rolí uživatelů, výběr míst k jeho zobrazení na webu).

#  **Stránka s ceníkem**

Stránka s možností filtrování vlastností zboží umožňuje zákazníkům rychlý přehled cen a dalších parametrů veškerého/skupin zboží ve výpisu na jedné stránce. Hlavní rozdíl oproti výpisu zboží v prodejní části systému, kde je na první pohled viditelná aktuální cena dle pozice a skupiny zákazníka, ceník přehledně zobrazuje všechny ceny dle slevových skupin. Data je možné exportovat do PDF nebo CSV/XMLS formátu s možností dalšího zpracování.

#  **Hlídací pes**

Nad jednotlivými položkami eshopu lze nastavit hlídání dostupnosti o oznámením o změně stavu. Hlídací pes může být použit jak na hlídání dostupnosti, tak například ceny. Zákazník tlačítkem zvonečku vyvolá formulář pro zadání způsobu kontaktování (přihlášení budou automaticky upozorněni na známou e-mailovou adresu, pokud nezadají jinak), neregistrovaní na zadaný kontakt, zvolí typ hlídání a nastavení potvrdí, tlačítko pak nese příznak aktivního hlídání a umožňuje změnu parametrů nebo deaktivaci funkce. Seznam nastavených hlídačů s možností úpravy je dostupný také v zákaznickém prostředí.

#  **Virtuální peněženka**

Mezi běžnými platebními metodami u nás existuje také možnost hrazení objednávky virtuální peněženkou. Ta se nedá klasicky nabíjet, ale zákazníci do ní získávají provize ze svých objednávek nebo provize síťové. Objednávku pak peněženkou mohou hradit jen částečně (obnos v peněžence je nižší než celková částka za objednávku) a zbylou část doplatit jinou platební metodou, a nebo peněženkou zaplatit celou objednávku.

#  **Základní platební metody**

Každá země má svoje platební metody - vycházející ze zvyklostí zákazníků nebo z omezení nabídky měnových účtu u platebních bran a také z omezení, které nastavujeme (hodnota objednávky od, časové omezení, přihlášení / nepřihlášení uživatelé). V základu nabízíme platbu hotově / dobírku / online platbu (GoPay, PayU, PayPal, Klarna, Twisto) / převodem na účet / bez platby (například při čerpání odměny za úpis dluhopisů). Během vývoje počítejme i s variantou, kdy zákazníci budou platit kryptoměnami.

#  **Dopravci**

Zákazník má k dispozici výběr z několika přepravních společností, osobní odběr a přidružení objednávky. Každá země má zpravidla (až na výjimky) vlastní výběr přepravy (zahraničí nyní převážně pokrýváme službami PBH a také vlastními skrze UPS a DHL) a nastavená další pravidla - například limit pro dosažení dopravy zdarma pro jejich objednávku. Variabilní je i základní cena za přepravu, kdy pak vybraným partnerům nastavujeme speciální podmínky.

#  **Přidružené objednávky**

Zákazníci mají možnost spojit svoje objednávky nebo objednávky svých známých do jedné a ušetřit tak na dopravě. Funkce je dostupná pro přihlášené uživatele. Záměrem je také vytvořit síť vlastních výdejních míst složených z partnerů, kteří u nás objednávají. Nyní tuto formu dopravy nabízíme zdarma, ale počítejme s jejím zpoplatněním do budoucna. Část hrazené ceny by pak měl získat zákazník/partner, který přidružení umožnil a zbylou část ceny firma. I tato partnerská místa by měla být vyhledatelná skrze mapu výdejních míst, která slučuje podniky všech dopravců na jednom místě. Možnost přidružení má svoje specifika, která nastavuje hlavní objednávka - čas pozdržení odeslání celého balíku, poznámku, kterou přidružující vidí a kdo má možnost přidružení mít (členové sítě / členové z první linie / kdokoli / jen ten, kdo zná kód na přidružení).

#  **Externí služby**

V současné době používáme externí služby pro doplnění vlastní funkcionality - mohou být nahrazeny vlastním řešením: Luigi's Box (inteligentní indexování, doporučování a vyhledání zboží) / SupportBox (chatovací pomocník) / Cookiebot (webová lišta po správu cookies) / Notifee (služba na správu notifikací) / Google Tag Manager (marketingový nástroj) / Google Analytics (služba pro sběr a vyhodnocování dat) / Seznam Retargeting / Facebook pixel / Retino (služba pro správu reklamací) / Ecomail (sběr e-mailů pro newsletter, odesílání transakčních e-mailů).

#  **GDPR**

Systém je třeba připravit dle legislativních nařízení ohledně ochrany osobních údajů. Zohlednění nástrojů cookie lišty, datová bezpečnost, funkční prvky (soubory s obchodními podmínkami připojitelné do e-mailu s potvrzením objednávky) a další.

**PROHLÁŠENÍ DODAVATELE**

Já (my) níže podepsaný (í)       čestně prohlašuji (eme), že dodavatel       nabízí služby, které budou zcela v souladu a přesně dle technických a obchodních podmínek zde uvedených, dále prohlašuje, že v případě jeho výběru zadavatelem v předmětné zakázce realizuje předmět zakázky přesně dle technických a obchodních podmínek zde a v ostatních přílohách zadávací dokumentace uvedených.

V     dne

…………..………………………….

(*Jméno, Příjmení, Podpis a pozice osoby oprávněné jednat za dodavatele*)