-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Kwestionariusz na ma celu wsparcie Państwa w zakresie uszczegółowienia potrzeb przy realizacji projektu. Jeżeli pytania w nim zawarte nie będą zrozumiałe, prosimy o kontakt z przedstawicielem handlowym. Na podstawie przedstawionych odpowiedzi, zostanie przygotowany bezpłatnie kosztorys realizacji projektu.

**Instrukcja:** Kwestionariusz zawiera pytania wraz z sugerowanymi odpowiedziami, w których prosimy o zaznaczenie jednej lub wielu opcji kolorem. Jeżeli w danym punkcie ważne są dodatkowe informacje, prosimy zamieścić je w komentarzu pod danym punktem.

**Wypełniony kwestionariusz** należy przesłać w na adres mailowy: sprzedaz@cstore.pl

**Legenda:**

Czcionką czarną (żółte tło) oznaczone są punkty, które mieszczą się w wariancie uproszczonym oraz pełnym oferty

Czcionką niebieską (niebieskie tło) oznaczone są punkty, które dostępne są wyłącznie w wariancie pełnym oferty

-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**1. Podstawowe informacje.**

1. Krótki opis działalności: ………….………….………….………………..
2. Link do platformy sprzedażowej lub strony internetowej: …………….

**2. Cel projektu.**

1. Najważniejszy cel projektu / co chcemy osiągnąć: ……………………………………………………



1. Ilość **handlowców** lub innych osóbodpowiedzialnych za przyjmowanie zamówień B2B: ……………
2. Ilość **zamówień** miesięcznie w B2B obsługiwanych za pośrednictwem handlowców: ………………..
3. Ilość **klientów** w B2B obsługiwanych za pośrednictwem handlowców: …………………………………

**3. Integracja z programem finansowo - magazynowym / ERP.**

1. Nie chcemy integracji.
2. Integracja z programem ERP po stronie CStore oraz działu IT Zamawiającego lub Producenta. Wymiana danych będzie na podstawie Web Service, XML, CSV lub bazy danych za pośrednictwem bezpiecznego połączenia VPN. Koszt prac działu IT Zamawiającego lub Producenta pokrywa Zamawiający w zakresie udostępnienia danych dla CStore, które będą niezbędne do przeprowadzenia synchronizacji.

Proszę podać nazwę programu: …….…….

**4. Obsługiwana grupa klientów.**

1. Platforma przeznaczona do obsługi klienta hurtowego. Klient zweryfikowany i zalogowany może robić zakupy.
2. Platforma przeznaczona do obsługi klienta detalicznego. Każdy może robić zakupy, bez konieczności zalogowania.

**5. Dostęp do platformy.**

1. Platforma dostępna wyłącznie po zalogowaniu. Klient niezalogowany nie widzi nic poza sekcją z logowaniem.
*(przykład* [*https://e-nutrena.com.pl/*](https://e-nutrena.com.pl/) *)*
2. Platforma w formie katalogu produktów dostępna dla wszystkich z ukrytymi cenami. Możliwość składania zamówienia dopiero po zalogowaniu.
*(przykład* [*https://sklepbaterie.l2.cloud.cstore.pl/*](https://sklepbaterie.l2.cloud.cstore.pl/) *z zaznaczeniem że ceny i opcja zamawiania jest dopiero po zalogowaniu; handlowcy mogą wykorzystać pod kątem prezentacji oferty potencjalnemu klientowi)*
3. Platforma z możliwością składania zamówień przez wszystkich w tym również klienta niezalogowanego. Klienci hurtowi po weryfikacji mają dostęp do swojej indywidualnej oferty.

**6. Rejestracja nowego klienta.**

1. Nowy klient wypełnia wniosek rejestracyjny z podaniem danych swojej firmy (m.in. dane rejestrowe, kontaktowe, akceptacja zgód). Wniosek rejestrowany jest w panelu administracyjnym. Do administratora trafia powiadomienie o wniosku o dostęp nowego klienta. Administrator samodzielnie weryfikuje klienta i dodaje go ręcznie w ERP.
2. Zablokowana możliwość rejestracji nowych klientów. Kartoteki klientów zakładamy samodzielnie.

**7. Baza klientów oraz subkonta.**

1. Baza klientów zostanie zaimportowana z ERP w zakresie danych płatnika oraz wiele adresów wysyłki. Importujemy tylko wybranych klientów o atrybucie w ERP “dostęp do platformy B2B”. Po założeniu kartoteki w CStore, administrator ręcznie z poziomu panelu CStore wysyła maila powitalnego z danymi dostępowymi (mail generowany przez CStore).
2. Nie importujemy bazy klientów z ERP. Kartoteki klientów zostaną założone ręcznie przez administratora w platformie.
3. Klient samodzielnie nie ma możliwości zmiany danych, może wypełnić formularz z wnioskiem o zmianę danych, który wysyłany jest mailowo do administratora i rejestrowany w panelu administracyjnym we wnioskach.
4. Klient ma możliwość dodawania nowych adresów dostawy. Przy zamówieniu nowy adres do wysyłki dodawany jest do ERP.
5. Subkonta. Klient lub administrator po zalogowaniu na konto klienta ma możliwość tworzenia subkont, czyli kont pracowników / oddziałów powiązanych z kontem głównym. Subkonto ma swój email oraz hasło (wysyłane na skrzynkę mailową). Poziomy uprawnień: podgląd lub nie informacji finansowych (rozliczenia, faktury i salda), możliwość składania zamówień bez wymaganej akceptacji lub składania zamówień z akceptacją przez konto główne.

**8. Wersje językowe.**

1. Polska wersja językowa.
2. Kilka wersji językowych, tłumaczenie ma być wprowadzone indywidualnie przez Zamawiającego.
Proszę podać wersje językowe: polska, angielska, …………….

**9. Planowana ilość produktów w ciągu pierwszych 12 miesięcy.**

1. Przybliżoną ilość kartotek produktowych: …………………

**10. Kartoteki produktów oraz widoczność.**

1. Produkty importujemy z ERP lub PIM w zakresie pełnych informacji na temat kartoteki produktowej w szczególności nazwa, grupa asortymentowa, atrybuty, zdjęcia, opisy itp.
2. Produkty jednorazowo chcemy zaimportować na podstawie dostarczonego pliku CSV (Excel) lub XML przygotowanego przez Zamawiającego samodzielnie, lub wygenerowanego przez obecny sklep internetowy.
3. Produkty wprowadzamy ręcznie na poziomie panelu administracyjnego.
4. Wszyscy klienci widzą wszystkie produkty.
5. Domyślnie klienci widzą produkty które są przypisane do ogólnej grupy widocznej dla wszystkich. Produkty oznaczone jako ukryte domyślnie nie są widoczne, dopiero po zaznaczeniu w CStore, który klient ma widzieć dany produkt ukryty, produkt ten pojawi się dla klienta po zalogowaniu. Pozostali klienci nie będą widzieli tego produktu.
6. Zakładka Twoje produkty. Dynamiczne generowanie zakładki Twoje produkty na podstawie historii zamówień klienta za ostatnie 12 miesięcy. W sekcji Twoje produkty pojawią się automatycznie produkty przez niego zamawiane.
7. Ukryte kody produktów. Pobieramy z ERP informację o ukrytych kodach produktów. Po ukrytych kodach jest możliwość wyszukiwania przez klienta w wyszukiwarce i po wyszukaniu takiego kodu, produkt jest prezentowany dla klienta, ale sam kod jest ukryty i nie wyświetla się klientowi.

 **11. Kontraktacja przyszłych zamówień / Przedsprzedaż.**

1. Nie zbieramy informacji o planowanych przyszłych zamówieniach o realizacji w dłuższym okresie czasu.
2. Kontraktacja przyszłych zamówień. Produkty, które mają oznaczoną flagę przedsprzedaż / kontraktacja (oraz określoną planowaną datę dostawy), dostępne są do sprzedaży w określonej zdefiniowanej ilości, przy założeniu, że nie ma ich na magazynie. Klient może zamówić w jednym zamówieniu tylko wielokrotność jednego tego samego produktu. W koszyku nie możemy mieszać produktów na przedsprzedaż / kontraktacje i produktów, które są na magazynie. Klient na karcie produktu widzi planowaną datę dostawy (jedna data na produkt). Jeżeli klient zamówi produkt przedsprzedaż / kontraktacja, w panelu administracyjnym pojawi się na liście zamówień w osobnej sekcji “przedsprzedaż / kontraktacja”. Zamówienie będzie tam wisiało tak długo, aż towar pojawi się na magazynie. W momencie kiedy towar pojawia się na magazynie, flaga “przedsprzedaż / kontraktacja” znika, a zamówienia przedsprzedażowe automatycznie trafiają do realizacji. Administrator ma możliwość eksportu listy przyszłych zamówień do pliku CSV (Excel) z informacją o danych klienta, produktach, ilości itp.

**12. Zestawy produktów.**

1. Nie sprzedajemy zestawów produktów.
2. Zestawy produktów. Definiujemy na poziomie CStore zestaw produktów, który składa się z produkt A x 1 sztuka, produkt B x 3 sztuki, produkt C x 5 sztuk oraz podajemy jedną cenę końcową niezależnie od wielokrotności, którą klient zamawia. CStore dynamicznie wylicza dostępność zestawu na podstawie składowych produktów wchodzących w zestaw. Klient na karcie produktu widzi, z jakich produktów składa się zestaw, jaka jest cena pojedynczych produktów a jaka cena zestawu. Po złożeniu zamówienia przez klienta, zestaw zostaje w administratorze rozbity na pojedyncze produkty, a cena tych produktów jest wyliczona proporcjonalnie do rabatu, który przysługiwał na zestaw. Zamówienie ma adnotację, że produkty były rozbite na osobne pozycje z określonego zestawu.

**13. Produkty powiązane.**

*Przykład -* [*https://www.x-kom.pl/p/1180088-smartfon-telefon-apple-iphone-15-pro-max-256gb-blue-titanium.html*](https://www.x-kom.pl/p/1180088-smartfon-telefon-apple-iphone-15-pro-max-256gb-blue-titanium.html)

1. Nie tworzymy produktów powiązanych.
2. Produkty wiążemy na poziomie platformy CStore. Prezentujemy klientom na poziomie karty produktu, że produkt ten, dostępny jest o zbliżonych właściwościach lub występuje w kilku wariantach

**14. Produkty komplementarne / uzupełniające się.**

*Przykład -* [*https://www.mediaexpert.pl/foto-i-kamery/kamery/kamery-sportowe/kamera-sportowa-gopro-hero12-czarny*](https://www.mediaexpert.pl/foto-i-kamery/kamery/kamery-sportowe/kamera-sportowa-gopro-hero12-czarny?gad_source=1&gclid=CjwKCAiAhJWsBhAaEiwAmrNyq2XS6M-3BKFyovPzXtfzkvp8T86MkYdmLRtCUx6BwlnMGGWIQ2IOexoCRNkQAvD_BwE)

1. Nie tworzymy produktów komplementarnych.
2. Administrator może samodzielnie powiązać produkty komplementarne przez CStore, w ramach których wybiera grupę produktów (najniższego rzędu) i przypisuje do niej określony produkt (konkretnie jeden lub kilka produktów). Klient, na karcie produktu widzi sekcję produkty komplementarne. Przykład: Do produktu typu telefon polecamy etui.

**15. Pobranie bazy produktowej od zewnętrznych dostawców.**

1. Sprzedajemy wyłącznie produkty które mamy u siebie w programie ERP.
2. Integrujemy się z zewnętrznymi dostawcami produktów, w celu uzupełnienia na naszej platformie sprzedażowej informacji o dostępności z magazynu zewnętrznego (od zewnętrznego dostawcy). Klient widzi na platformie informację ile produktu mamy lokalnie dostępne, oraz jaka jest dostępność produktu w magazynie zewnętrznym u dostawcy. Lista hurtowni do integracji: ……………..

**16. Stany magazynowe**.

1. Brak synchronizacji stanów magazynowych, dostępność do sprzedaży ustawimy w platformie CStore.
2. Synchronizujemy stan magazynowy z ERP.
3. Sprzedajemy do wysokości stanu magazynowego.
4. Prezentujemy klientowi ile mamy na magazynie w sztukach lub w przedziałach np. 10-20, 21-50 itp. Przedziały do ustawienia w panelu administracyjnym.
5. Zezwalamy na sprzedaż poniżej stanu magazynowego.
6. Prezentujemy klientowi planowaną dostępność produktu jeżeli zamawia powyżej dostępnego magazynu, przykładowo produkt dostępny w 5-7 dni.
7. Podczas składania zamówienia dopuszczamy możliwość złożenia zamówienia na produkty dostępne na magazynie lokalnym oraz produkty dostępne na magazynie zewnętrznym (na zamówienie). Podczas zamówienia zadajemy klientowi pytanie czy chce mieć zrealizowane zamówienia całościowo (co wiąże się z dłuższym czasem realizacji) czy podzielone zamówienie na dwa, zgodnie z dostępnością produktu tj. produkty dostępne na magazynie lokalnym wysyłamy od razu, a produkty na magazynie zewnętrznym w osobnym zamówieniu (co wiąże się z naliczeniem podwójnie kosztów transportu lub weryfikacją warunki minimum logistycznego, za realizację dwóch wysyłek). W przypadku rozbicia zamówienia na dwa, do ERP trafiają dwa osobne zamówienia zgodnie z dostępnością produktów.
8. Powiadomienie o dostępności produktu. Klient może zapisać się na powiadomienia o dostępności, gdy produktu nie ma na magazynie. Możliwość przeglądania w panelu administracyjnym, który klient, kiedy zapisał się oraz na jakie produkty. Gdy produkt pojawi się na magazynie, klient dostaje automatyczne powiadomienie mailowe.
9. Zapytaj o dostępność produktu. Gdy produkt jest niedostępny, klient ma możliwość wysłania zapytania o dostępność produktu. W formularzu opcjonalnie może podać oczekiwaną ilość do zamówienia oraz komentarz. Zapytanie rejestrowane jest w platformie oraz wysyłane mailowo do administratora.

**17. Jednostki opakowań podstawowe i pomocnicze.**

1. Produkty sprzedajemy w jednej jednostce, bez wyboru wielkości opakowania przez klienta.
2. Jednostki opakowań przypisujemy w platformie jako jednostkę podstawową sprzedaży (np. sztuka, lub metr bieżący lub kg) oraz jednostki pomocnicze (np. opakowanie zbiorcze). Dla każdego produktu możemy opcjonalnie ustawić jednostki pomocnicze np. opakowanie zbiorcze oraz ustalamy, ile produktów mieści się w opakowaniu zbiorczym dla danego produktu. Na poziomie karty produktu klient może wybrać jednostkę, w której zamawia. Po przyjęciu zamówienia i przekazaniu do ERP, jednostka pomocnicza przekształcana jest w jednostkę podstawową. W jednostce podstawowej dodajemy zamówienie do ERP.
3. Jednostki opakowań zbiorczych pobieramy z ERP.

**18. Cenniki podstawowe.**

1. Cennik i rabaty ustawiamy wyłącznie na poziomie platformy CStore, nie pobieramy go z ERP.
2. Prowadzimy sprzedaż w następujących walutach: PLN, ………….
3. Liczba podstawowych cenników (bazowych), które pobieramy z ERP, od których naliczane są dalej rabaty: ……
4. Pobieramy z ERP procentowe rabaty dla danego klienta na wybrane grupy asortymentowe / kategorie najwyższego rzędu.
5. Cena kontraktowa pobierana z ERP dla danego klienta na dany produkt. Klient niezależnie od rabatów kupuje w określonej cenie.
6. Cennik promocyjny pobierany z ERP dla wybranych klientów. CStore porównuje cenę z procentowego rabatu, od cennika bazowego oraz cennik promocyjny, jeżeli cennik promocyjny jest korzystniejszy to sprzedaje produkt w cenie z cennika promocyjnego.
7. W zależności **od opakowania zbiorczego** klientowi przysługuje % rabatu na produkty. Procent rabatu ustawiany w CStore identyczny dla wszystkich klientów.
8. W zależności **od wartości zamówienia** klientowi przysługuje % rabatu na produkty. Procent rabatu ustawiamy w CStore dla danych grup klientów (różne grupy klientów posiadają inny procent rabatu).
9. W zależności **od ilości zamawianego** tego samego produktu klientowi przysługuje % rabatu na produkty. Procent rabatu ustawiany w CStore identyczny dla wszystkich klientów.
10. Kupisz X sztuk lub zrobisz zamówienia o wartości X pln na dowolne produkty lub produkty z wybranej kategorii (jednej lub wielu najniższego rzędu), to otrzymasz rabat % na produkty które zamówiłeś lub rabat % na całe zamówienia. Rabat może liczyć się zawsze lub tylko na produkty które nie mają zdefiniowanych indywidualnych cen przypisanych do danego klienta. Promocja może łączyć się z innymi promocjami lub nie.
11. Ukryj ceny zakupu - na górze platformy po zalogowaniu jako klient, przycisk, który umożliwia ukrycie cen zakupu. Po zaznaczeniu, cała platforma, którą klient przegląda z punktu widzenia produktów (katalogu produktu), nie ma widocznych cen zakupu (wykorzystywane pod kątem prezentacji oferty dla klientów końcowych).

**19. Wysyłki.**

1. Wszyscy klienci posiadają identyczne minimum logistyczne, po przekroczeniu którego wysyłka jest bezpłatna. Podpowiadamy klientowi ile brakuje do darmowej wysyłki.
2. Każdy klient posiada własne minimum logistyczne pobierane z ERP, po przekroczeniu którego wysyłka jest bezpłatna. Podpowiadamy klientowi, ile brakuje do darmowej wysyłki.
3. Koszt transportu poniżej minimum logistycznego jest zawsze taki sam, dla danego kraju wysyłki.
4. Koszt transportu wyliczany jest ze względu na kraj wysyłki, wagę, rozmiar przesyłki.
5. Importujemy numer listu przewozowego z programu ERP lub WMS.
6. Udostępniamy klientowi możliwość nadania jego własnym listem przewozowym. Klient podczas składania zamówienia importuje etykietę listu przewozowego oraz podaje numer listu. Administrator dostaje powiadomienie wraz z etykietą, którą ma nadać przesyłkę. Nie pobieramy dodatkowych opłat od klienta za przesyłkę własnym kurierem.

**20. Płatności.**

1. Klient ma możliwość płatności za przedpłatą przelewem na konto bankowe.
2. Klient ma możliwość płatności za przedpłatą systemem płatności online.
3. Klient ma możliwość płatności za pobraniem.
4. Wybrani klienci mogą kupować na termin płatności. Przenosimy informację o terminach płatności z ERP (którzy klienci mogą kupować na termin). Każdy klient może mieć zdefiniowany inny termin płatności.

**21. Przyjęcie zamówienia.**

1. Nie chcemy integrować zamówień z ERP, obsłużymy je przez platformę.
2. Zamówienie ma zostać przekazane do ERP i na poziomie ERP utworzony dokument zamówienia. Typ tworzonego dokumentu - zamówienie od klienta.
3. Zamówienie ma zostać przekazane do zewnętrznego programu do zarządzania zamówieniami Baselinker.
4. Klient ma możliwość zaimportowania produktów do koszyka z pliku CSV (Excel). Struktura pliku: indeks produktu; zamawiana ilość.

**22. Historia zamówień i statusy.**



1. Historia zamówień w platformie, ma być historią złożonych zamówień wyłącznie przez platformę b2b. Klient ma możliwość podglądu zamówienia oraz jego ponowienia.
2. Historia zamówień w platformie, ma być historią zamówień złożoną wszystkimi kanałami, ma być odzwierciedleniem danych, które widzimy w programie ERP (typ dokumentu w ERP = zamówienie). Klient ma możliwość podglądu zamówienia oraz jego ponowienia. Statusy zamówień pobieramy z ERP (m.in. przyjęte, wstrzymane, w trakcie realizacji, anulowane, zrealizowane). Informujemy klienta o zmianie statusu.

**23. Faktury i rozliczenia.**



1. Faktury wysyłamy klientom ręcznie poza platformą.
2. Platforma pobierze faktury z ERP w postaci plików PDF i udostępni je dla klienta po zalogowaniu. ERP udostępni gotowe pliki faktur do pobrania lub w przypadku braku możliwości zamawiający zapisze faktury w dedykowanym folderze, z którego CStore pobierze pliki.
3. Pobieramy z ERP rozliczenia do faktur i prezentujemy dla klienta w formie listy faktur, dat wystawienia, płatności, wartości faktur oraz kwoty pozostałej do zapłaty.
4. Pobieramy z ERP w formie plików PDF faktury korekty i prezentujemy je klientom do pobrania w platformie. ERP udostępni gotowe pliki faktur korekt do pobrania lub w przypadku braku możliwości, zamawiający zapisze faktury korekty w dedykowanym folderze, z którego CStore pobierze pliki.

**24. Limit zakupowy, saldo, kontrola limitów zakupowych.**

****

1. Nie przypisujemy limitu zakupowego do klientów.
2. Limit zakupowy synchronizujemy z ERP.
3. Saldo tworzymy na podstawie niezapłaconych faktur z ERP i prezentujemy klientowi.
4. Przekroczenie limitów lub terminów płatności wyświetli klientowi prośbę o uregulowanie płatności - kliencie posiadasz przeterminowane płatności, twoje zamówienie zostanie dodatkowo zweryfikowane przez dział rozliczeń (podczas dodawania zamówienia do ERP, dodajemy komentarz - sprawdź płatności)

**25. Handlowcy i ofertowanie.**

1. Nie planujemy korzystania z handlowców z platformy CStore.
2. Chcemy przypisywać handlowców do klientów. Handlowiec ma mieć możliwość zalogowania się na swoje konto.
3. Handlowiec może zalogować się na konto klienta i złożyć w jego imieniu zamówienie.
4. Przypisanie klientów do handlowców będzie po stronie platformy.
5. Przypisanie klientów do handlowców będzie na poziomie ERP. Relacja klient-handlowiec zostanie pobrana z ERP.
6. **Wielokoszyki.** Klient (lub handlowiec) może samodzielnie zdefiniować wiele koszyków na jednym koncie. Koszyki następnie mogą być edytowane, wielokrotnie realizowane, usuwane. Koszyk może zostać przekształcony na zamówienie.
7. **Ofertowanie przez handlowców**. Handlowiec może przygotować ofertę w platformie CStore dla danego klienta. Oferta jest wysyłana mailowo przez CStore do klienta oraz widoczna po zalogowaniu na koncie klienta. Na ofercie jest przycisk “finalizuj zamówienie” (na pdfie), które kieruje do platformy w celu sfinalizowania oferty.
8. **Ofertowanie przez klientów.** Klient może przygotować ofertę dla swojego klienta na poziomie platformy CStore. W ramach oferty klient wybiera produkty z oferty platformy sprzedażowej CStore, ma możliwość wprowadzania swoich dodatkowych pozycji (dowolny tekst z np. opisem wykonywanej usługi), modyfikacji ilości, cen, wprowadzenie danych swojego klienta oraz daty ważności oferty. Oferta następnie może zostać pobrana w PDF i wysłana do klienta końcowego. Gdy nasz klient chce zaakceptować ofertę, może to zrobić z poziomu platformy poprzez przekształcenie oferty w zamówienia i szybką finalizacją na produkty, które znajdowały się na platformie po cenach z uwzględnieniem jego indywidualnych rabatów.
9. **Panel handlowca**. Handlowiec po zalogowaniu na platformę widzi najważniejsze informacje: sprzedaż w bieżącym miesiącu (możliwość podglądu sprzedaży w miesiącach poprzednich), lista ostatnich zamówień klientów, możliwość filtracji zamówień po okresie, po danym kliencie. Możliwość podglądu klientów nieaktywnych (klienci, którzy nie złożyli zamówień w ciągu ostatnich X dni), możliwość porównywania klientów, którzy przestali kupować w ostatnim czasie (porównujemy wybrany okres np. poprzedni kwartał do bieżącego i wyłapujemy klientów nieaktywnych lub o niskiej aktywności zakupowej).

**26. Udostępnienie oferty XML dla klientów posiadających sklepy internetowego.**

1. Nie chcemy udostępniać oferty w w XML.
2. Możliwość udostępnienia oferty w XML z kartotekami towarowymi, dostępnością i ceną zakupu dla klientów. Każdy klient ma dostęp do swojego indywidualnego pliku, który może zaimportować u siebie w sklepie.

**27. Reklamacje.**

1. Nie wspieramy procesu reklamacji.
2. Klient po zalogowaniu ma możliwość złożenia reklamacji poprzez wypełnienie formularza na CStore oraz wprowadzeniu dodatkowych pól (pola zostaną ustalone z Licencjobiorcą). Formularz wysyłany jest na maila do klienta oraz na określony adres mailowy do administratora (wyznaczona osoba w firmie, która obsługuje reklamacje). Po stronie CStore możliwość ręcznej zmiany statusów realizacji reklamacji oraz dodawania komentarza do reklamacji. Klient nie ma możliwości wprowadzania dodatkowych uwag do reklamacji którą wcześniej złożył. Klient po zalogowaniu na koncie widzi listę złożonych reklamacji oraz status ich realizacji.

**28. Oprawa graficzna.**

*Przykład domyślnego szablonu B2B (sprzedaż hurtowa) -* [*https://b2b.l2.cloud.cstore.pl/*](https://b2b.l2.cloud.cstore.pl/) *(należy kliknąć Zaloguj się w lewej kolumnie na domyślnie uzupełnionych danych przez system)

Przykład domyślnego szablonu B2C (sprzedaż detaliczna) -* [*https://b2c.l2.cloud.cstore.pl/*](https://b2c.l2.cloud.cstore.pl/)

*Przykład dedykowanego szablonu -* [*https://sklepbaterie.l2.cloud.cstore.pl/*](https://sklepbaterie.l2.cloud.cstore.pl/)

1. Minimalne dostosowanie szablonu w wymiarze 8 godzin zmian graficznych. Zakres zmian: wgranie logotypu oraz banerów, zmiana kolorów, dodanie dodatkowej treści na platformie.
2. Podstawowe dostosowanie szablonu w wymiarze 20 godzin zmian graficznych. Zakres zmian: wgranie logotypu oraz banerów, zmiana kolorów, dodanie dodatkowej treści na platformie, zmiana układu karty produktu oraz drobne zmiany strony głównej.
3. Zamawiający dostarczy własny projekt graficzny, do którego CStore w ramach pakietu godzinowego dostosowuje wygląd platformy sprzedażowej. Przykłady stron, do których chcemy zbliżyć się wizualnie: …………….

**29. Program lojalnościowy.**

1. Brak programu lojalnościowego obsługiwanego przez platformę.
2. Program dostępny wyłącznie przez platformę tylko dla wybranych klientów. Administrator decyduje którzy klienci mają mieć dostęp do programu. Klienci za zakupy otrzymują określoną ilość punktów. Na karcie produktu prezentacja ile punktów klient otrzyma za zakup. Klient również widzi podsumowanie swoich punktów (tzn aktualny stan, oraz historię naliczania i odejmowania punktów). Wprowadzamy stały przelicznik np. 1 pln = 1 punkt. Punkty naliczamy w momencie kiedy zamówienie zmienia status na zrealizowane / wysłane. Liczymy punkty tylko dla zamówień złożonych przez platformę. Dodatkowo system wspierający promowanie określonych zachowań np. złóż zamówienie do godziny 12:00 a otrzymasz dodatkowe 50 punktów; zamów konkretny produkt (lub produkty z określonej kategorii najniższego rzędu) a otrzymasz 3 razy więcej punktów niż standardowo; Katalog nagród, gdzie klienci widzą katalog produktów w puli zamkniętej (tylko dla osób, które uczestniczą w programie lojalnościowym), w ramach katalogu produkty mają zdefiniowane, za ile punktów można je dostać. W momencie przekroczenia progu punktowego na dany produkt wysyłka produktu bezpłatnie. Nie ma możliwości płatności punktami i pieniędzmi równocześnie.

**30. Ankiety.**

1. Brak ankiet i badania opinii klientów.
2. Cykliczne ankiety. Możliwość przeprowadzenia cyklicznej ankiety. Administrator definiuje zakres pytań oraz odpowiedzi w formie zamkniętej A,B,C itp oraz w formie otwartej (możliwość wpisania odpowiedzi przez klienta). Definiujemy zakres od kiedy do kiedy jest ankieta dostępna dla klientów po zalogowaniu. Przy logowaniu wyskakuje komunikat z prośbą o wypełnienie ankiety, klient może wypełnić lub zignorować ją. Administrator ma możliwość eksportu wyników ankiety do pliku CSV.

 **31. Pozostałe opcje.**

1. Integracja z wybranym systemem newsletter (ustalenie systemu na etapie wdrożenia).
2. Integracja z wybranym systemem chatu (ustalenie systemu na etapie wdrożenia).

**32. Dodatkowe wymagania, które nie zostały wcześniej poruszone:**

1. ……….
2. ……….
3. ……….