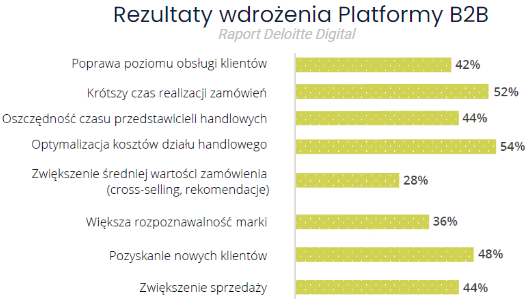
| **CZĘŚĆ EDUKACYJNA** |
| --- |

**1. Czym jest Platforma B2B?**  
  
Platforma B2B to zaawansowany system sprzedaży online, który **umożliwia firmom przyjmowanie zamówień hurtowych** od swoich stałych klientów. Platforma pozwala klientom zalogować się do dedykowanego panelu online, aby przeglądać ofertę, składać zamówienia, monitorować status realizacji i rozliczeń. Rozwiązanie to jest dedykowane stałym klientom, którzy nie korzystają z technologii EDI do automatycznego przekazywania zamówień, a także tym, którzy pomimo wdrożenia EDI nadal realizują część zamówień w sposób tradycyjny. Platforma oferuje im wygodny i intuicyjny sposób na składanie zamówień i zarządzanie zakupami. Platforma wspiera automatyzację procesów poprzez pełną dwukierunkową integrację z programem ERP. Dzięki temu przedsiębiorstwa mogą zwiększyć efektywność swoich organizacji i utrzymać konkurencyjność na rynku.

**2. Kluczowe wyzwania z perspektywy organizacji, handlowca oraz klienta.**

| **ORGANIZACJA** | **HANDLOWIEC** | **KLIENT** |
| --- | --- | --- |
| **Wysokie koszty operacyjne**. Konieczność angażowania zasobów ludzkich. Presja płacowa i inflacyjna.  **Spadek konkurencyjności względem firm korzystających**  z nowoczesnych narzędzi w zakresie generowania sprzedaży.  **Brak dopasowania się do zmieniających się nawyków zakupowych klientów.**  **Nieopłacalna obsługa pozostałych segmentów rynku**. Skupienie się tylko na najbardziej wartościowych klientach z powodu wysokich kosztów operacyjnych.  **Ograniczone możliwości skalowania biznesu.** Tradycyjne metody sprzedaży są kosztowne. | **Brak czasu na pozyskiwanie nowych klientów**. Bieżące obowiązki ograniczają możliwość zdobywania nowych kontaktów.  **Skupienie się na sprzedaży transakcyjnej.** Ograniczone możliwości prowadzenia sprzedaży doradczej, pogłębiania relacji oraz edukacji klientów.  **Brak czasu na pełną obsługę klientów**. Nadmiar obowiązków administracyjnych.  **Wybiórcza prezentacja asortymentu.** Skupienie się na najpopularniejszych produktach.  **Ograniczone możliwości czasowe** do informowania klientów o promocjach i nowościach. | **Brak samodzielności w składaniu zamówień**. Klienci muszą kontaktować się z firmą w godzinach pracy.  **Utrata lojalności klientów na rzecz konkurencji** udostępniającej nowoczesne metody zamawiania.  **Brak informacji o statusie zamówienia** i konieczność dopytywania handlowca.  **Ograniczona możliwość poznania i porównania produktów.** Problem z brakiem szczegółowych informacji o produktach, szybkim zestawieniem atrybutów oraz cen.  **Brak wglądu w historię zamówień**. Utrudnione ponowne zamawianie i analiza wcześniejszych transakcji. |

**3. Rezultaty wdrożenia Platformy B2B.**



| **CZĘŚĆ TECHNICZNA** |
| --- |

***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.*

**1. Podstawowe informacje.**

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

**2. Skala biznesu.**

1. Ilość **pracowników** uprawnionych do logowania do panelu administracyjnego platformy   
   (m.in. handlowcy, osoby odpowiedzialne za obsługę klienta itp): ………………………………………
2. Planowana liczba **zamówień** przez platformę w skali miesiąca (w szczycie sezonu): ………………
3. Planowana liczba **klientów** posiadających dostęp do platformy: ………………………………………

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

1. **Nazwa programu ERP do integracji:** ………………………
2. **Integracja z programem ERP na podstawie danych udostępnionych przez IT Zamawiającego.** Wymiana danych będzie na podstawie Web Service, XML, CSV lub bazy danych za pośrednictwem bezpiecznego połączenia VPN. Szczegółowy zakres danych do udostępnienia z ERP, zostanie przekazana dla Zamawiającego po uzgodnieniu finalnego zakresu prac. Koszt prac działu IT Zamawiającego lub Producenta pokrywa Zamawiający w zakresie udostępnienia danych dla CStore, które będą niezbędne do przeprowadzenia synchronizacji.
3. **Integracja z programem ERP po stronie CStore.** Wymiana danych odbywa się z wykorzystaniem synchronizatora CStore Sync (aplikacja na windowsowa) oraz bazy danych za pośrednictwem bezpiecznego połączenia VPN. Szczegółowa specyfikacja techniczna w zakresie przygotowania środowiska do integracji dostępna pod adresem <https://www.cstore.pl/docs/CStore_B2B_wymagania_do_integracji_z_ERP.pdf> . Koszt prac w zakresie przygotowania środowiska do integracji po stronie Zamawiającego. Koszt prac integracyjnych po stronie CStore.

**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://b2b.foodwell.pl/*](https://b2b.foodwell.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. Baza klientów i struktura kont.**

1. **Zgłoszenia o dostęp nowych klientów** *(którzy nie mają kartoteki kontrahenta w ERP)*.Dopuszczonamożliwość zgłaszania się nowych klientów. 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. Bez akceptacji administratora, klient nie ma dostępu do platformy.
2. **Import aktualnych klientów z ERP** *(którzy mają kartotekę kontrahenta w ERP)***.** 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)* lub CStore wysyła powitalnego maila automatycznie do klienta *(do ustalenia na etapie wdrożenia)*. 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.
3. Klient ma możliwość **zgłoszenia nowego adresu dostawy,** który następnie podlega akceptacji przez administratora (bez akceptacji, adres nie jest dostępny do zamawiania). Przy zamówieniu nowy adres do wysyłki dodawany jest do ERP.
4. **Wszyscy klienci mogą dodawać nowe adresy** do wysyłek, bez konieczności weryfikacji przez administratora. Przy zamówieniu nowy adres do wysyłki dodawany jest do ERP.
5. Klienci oznaczeczeni **flagą dropshipping**, mają możliwość samodzielnego dodawania nowych adresów dostawy, które są dostępne od razu przy zamawianiu (brak konieczności wcześniejszej weryfikacji przez administratora).   
   Przy zamówieniu nowy adres do wysyłki dodawany jest do ERP jako adres jednorazowy.
6. **Konta pracownicze.** Klient lub administrator po zalogowaniu na konto klienta ma możliwość tworzenia kont pracowników powiązanych z kontem głównym. Subkonto ma swój email, hasło oraz imię i nazwisko pracownika. Poziomy uprawnień: podgląd lub nie informacji finansowych (rozliczenia, faktury i salda). Po złożeniu zamówienia z danego konta pracowniczego, system rejestruje informację że zamówienia zostało złozone przez konkretną osobę. Pracownicy widzą wszystkie zamówienia z całej firmy.
7. **Konta oddziałów**. Klient lub administrator po zalogowaniu na konto klienta ma możliwość tworzenia kont oddziałów powiązanych z kontem głównym. Subkonto ma swój email, hasło oraz nazwę oddziału. Poziomy uprawnień: podgląd lub nie informacji finansowych (rozliczenia, faktury i salda). Po złożeniu zamówienia z danego konta oddziału, system rejestruje informację że zamówienia zostało złozone przez konkretny oddział. Oddziały widzą tylko zamówienia złożone przez ich konto (nie widzą zamówień z innych oddziałów).
8. **Konta dystrybutorów**. Konto o typie dystrybutor ma możliwość zakładania kont dla swoich klientów z określonym % narzutem na cały cennik (jeden narzut na cały asortyment). Klient końcowy po zalogowaniu z takiego konta od cen danego dystrybutora ma naliczony narzut i widzi tylko te ceny w uwzględnionym narzutem. Konto dystrybutora widzi wszystkie zamówienia, wszystkich swoich klientów z informacją o cenie po której kupił je klient oraz cenie która obowiązuje dystrybutora wraz z określonym narzutem kwotowym (ile zarobił na danej transakcji). Klient końcowy widzi tylko swoje zamówienia. Każde zamówienie przez klienta, wymaga zatwierdzenia przez dystrybutora, bez zatwierdzenia zamówienie nie jest przetwarzane lub zamówienia są automatycznie akceptowane przez dystrybutora od wybranych zweryfikowanych klientów dystrybutora. Dystrybutor dostaje powiadomienie mailowe o pojawieniu się nowego zamówienia. Klient otrzymuje powiadomienie po zatwierdzeniu zamówienia i przekazania do realizacji.

**7. Wersje językowe.**

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

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

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

**9. 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. **Ograniczona widoczność produktów po cennikach.** Klienci widzą tylko te produkty do których mają przypisany cennik. Klient który nie ma przypisanego cennika ogólnego lub ceny indywidualnej na dany produkt, nie widzi produktu po zalogowaniu.
6. **Ograniczona widoczność produktów po kategoriach.** Domyślnie klienci widzą wszystkie produkty z wybranych kategorii asortymentowych dla wszystkich. Dla pozostałych kategorii, administrator określa które grupy asortymentowe (kategorie) mają być widoczne dla danego klienta. Klient po zalogowaniu widzi tylko swoje produktu. Pozostali klienci nie widzą tych produktów.
7. **Ostatnio kupowane.** Dynamiczne generowanie zakładki ostatnio kupowane na podstawie historii zamówień klienta za ostatnie 3, 6, 12 i 24 miesięce. W sekcji ostatnio kupowane pojawią się automatycznie produkty przez niego zamawiane wraz z zaprezentowaniem ile produktów zostało kupione przez klienta w wybranym okresie czasu oraz jaka jest aktualna cena i dostępność produktu. Dostępna opcja filtracji wyników po kategoriach, markach, wyszukiwanej frazie (np. kod produktu lub nazwa) oraz dostępności. Możliwość dodania wybranych produktów do koszyka w celu ponownego zamówienia. Możliwość eksportu listy wszystkich produktów lub tylko wybranych do pliku CSV. Klient ma następnie możliwość zaimportowania produktów do koszyka z pliku CSV (Excel), struktura pliku: kod EAN lub indeks produktu; zamawiana ilość.
8. **Automatyczna korekta wyszukiwanej frazy przez klienta**. Klient podczas wyszukiwania może wprowadzić błędną nazwę naszego produktu. Na poziomie panelu CStore możliwość wprowadzenia zamienników nazw, poprzez określenie błędnej frazy oraz prawidłowej frazy, na którą system automatycznie zmieni w momencie popełnienia błędu przez klienta. Dodatkowy panel prezentujący listę wszystkich fraz które klienci wprowadzi w ciągu ostatnich 6 miesięcy dla których nie został zwrócony żaden wynik w wyszukiwarce (możliwość filtracji wyników po wybranym okresie czasu) oraz dodatkowo statystyka ilości wyszukań danej frazy (ile razy dana fraza została błędnie wprowadzona przez różnych klientów). Na podstawie tej listy administrator ma możliwość wprowadzenia zamienników nazw. Dodatkowo możliwość przejrzenia jakie produkty klienci wyszukiwali, a których nie znaleźli w ofercie (klient mógł np. szukać innego wariantu naszego produktu).
9. **Indywidualne kody produktu dla klienta.** Pobieramy z ERP informację o indywidualnych kodach produktów dla danego klienta (np. klient ma swój kod produktu, którym się posługuje przy zamawianiu określonego produktu z naszej oferty). Po indywidualnych 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.

**10. Sprzedaż pakietów oraz powiązanie produktów.**

1. **Zestawy produktów / pakiety.** 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.
2. **Produkty powiązane.** 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 np. kolorystycznych, rozmiarowych itp.  
   (*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) *)*
3. **Produkty komplementarne / uzupełniające się**. 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 np. dla produktu typu telefon polecamy etui.  
   (*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))

**11. Stany magazynowe**.

1. **Synchronizujemy stan magazynowy z ERP**. Sprzedajemy do wysokości stanu magazynowego. Prezentujemy klientowi ile mamy na magazynie w sztukach lub w przedziałach np. 10-20, 21-50, 50+ itp. Przedziały do ustawienia w panelu administracyjnym.
2. **Zezwalamy na sprzedaż poniżej stanu magazynowego.** Prezentujemy klientowi planowaną dostępność produktu jeżeli zamawia powyżej dostępnego magazynu, przykładowo produkt dostępny w 5-7 dni.
3. **Dzielenie zamówień wedle dostępności.** 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.
4. **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.
5. **Zapytaj o indywidualną ofertę cenową**.Klient ma możliwość wysłania zapytania o indywidualną cenę dla danego produktu (przy zamawianiu większej ilości) na poziomie karty produktu lub po skompletowaniu koszyka może wysłać zapytanie o całą zawartość koszyka (wielu różnych produktów). Zapytanie rejestrowane jest w platformie oraz wysyłane mailowo do handlowca.
6. **Kontraktacja przyszłych zamówień** *(np. kontener który do nas płynie)*. 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.
7. **Ostatnie dostawy.** Zakładka z nowymi dostawami (gdzie mamy datę, nazwę dostawy) i po wejściu w daną konkretną dostawę listowane są standardowo wszystkie produkty które były ujęte w ramach danej dostawy.
8. **Pobranie bazy produktowej od zewnętrznych dostawców.** 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: ……………..

**12. Jednostki opakowań podstawowe i pomocnicze.**

1. **Produkty sprzedajemy w jednej jednostce**, bez wyboru typu opakowania przez klienta. Każdy produkt może mieć tylko jedną swoją jednostkę. Każdy produkt w ERP posiada osobną kartotekę w wybranej jednostce.
2. **Kilka jednostek sprzedażowych na ten sam produkt**. Jednostki opakowań przypisujemy w platformie jako jednostkę podstawową sprzedaży (np. sztuka, lub metr bieżący lub kg) oraz jednostki pomocnicze (np. opakowanie zbiorcze) lub przeliczniki pobieramy z ERP. 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 lub zamówienie dodawane jest do ERP w jednostce sprzedażowej w której została sprzedana (w zależności od struktury bazy jednostek w ERP - do ustalenia na etapie wdrożenia).

**13. Cenniki.**

1. Prowadzimy sprzedaż w następujących **walutach**: PLN, ………….
2. Liczba **podstawowych cenników** (bazowych), które pobieramy z ERP, od których naliczane są dalej rabaty: ……
3. Pobieramy z ERP **procentowe rabaty** dla danego klienta na wybrane grupy asortymentowe / kategorie najwyższego rzędu.
4. **Cena kontraktowa** pobierana z ERP dla danego klienta na dany produkt. Klient niezależnie od rabatów kupuje w określonej cenie.
5. **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.
6. W zależności **od opakowania zbiorczego** klientowi przysługuje % rabatu na produkty. Procent rabatu ustawiany w CStore identyczny dla wszystkich klientów.
7. 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).
8. W zależności **od ilości zamawianego** tego samego produktu klientowi przysługuje % rabatu na produkty. Procent rabatu ustawiany w CStore identyczny dla wszystkich klientów.
9. **Mechanizm promocji**, 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.
10. **Mechanizm promocji,** kup X jednostek danego produktu, a dodatkową dostaniesz za 0.01 pln lub 1 pln.

**14. 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 wyliczany jest ze względu na kraj wysyłki, wagę, rozmiar przesyłki lub ustawiany jako stały koszt, niezależnie od podanych parametrów.
4. Importujemy **numer listu przewozowego** z programu ERP.
5. Udostępnienie 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.
6. **Awizacja kierowców.** Dla odbiorów osobistych z własnym transportem, klient ma możliwość wskazania daty oraz przedziału godzinowego podstawienia transportu (wybór z kalendarza zgodnie z godzinami pracy magazynu, jednak nie wcześniej niż ustalony czas niezbędny na przygotowanie zamówienia). Możliwość określenia osoby która przyjedzie (imię nazwisko, telefon) oraz opcjonalnie uwag. Awizacja przyjmowania jest po złożeniu zamówienia.

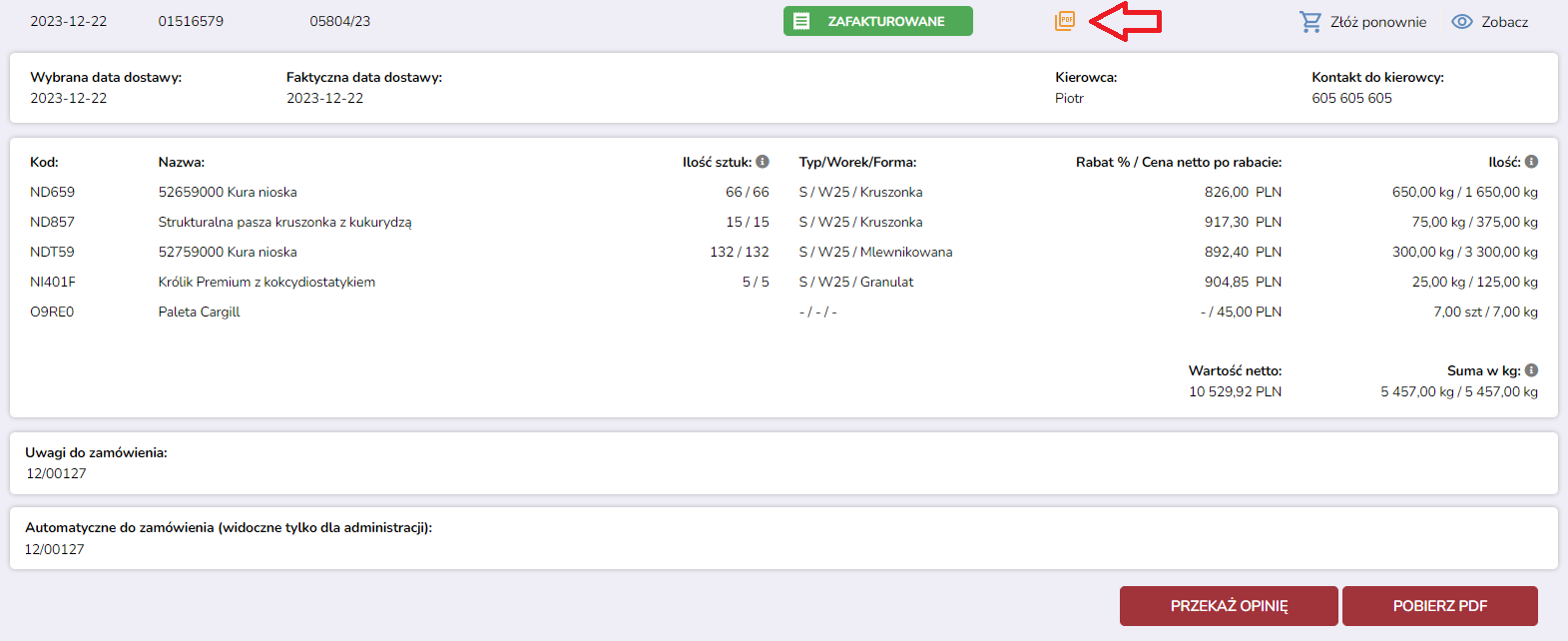
**15. Płatności.**

1. 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.
2. Klient ma możliwość płatności za **przedpłatą przelewem** na konto bankowe.
3. Klient ma możliwość płatności za przedpłatą systemem **płatności online**.
4. Klient ma możliwość płatności za **pobraniem**.

**16. Przyjęcie zamówienia.**

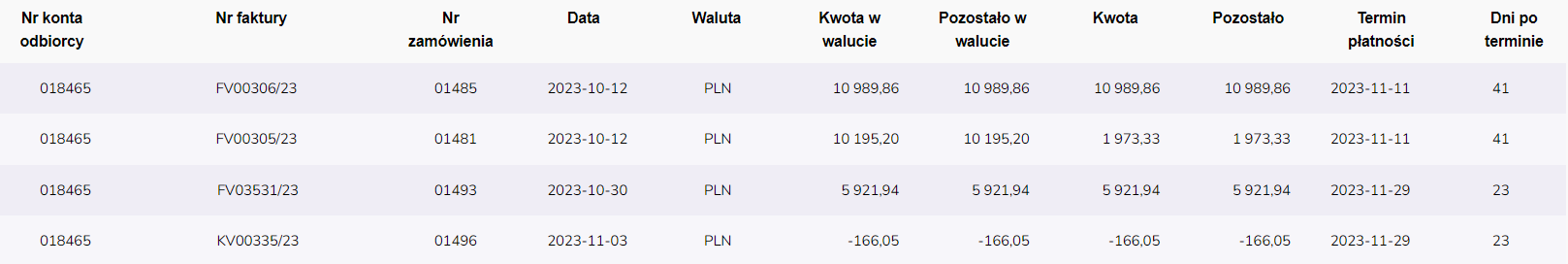
1. **Zamówienie ma zostać przekazane do ERP** i na poziomie ERP utworzony dokument zamówienia. Typ tworzonego dokumentu - zamówienie od klienta.
2. **Oczekiwana data realizacji zamówienia.** Klient podczas zamawiania określa datę kiedy chce, aby zamówienie zostało do niego dostarczone (wybór w formie kalendarza, jednak nie wcześniej niż określona zdefiniowana ilość dni roboczych). Podana data jest orientacyjna i przekazywana w uwagach do zamówienia do ERP.

**17. Historia zamówień i statusy.**



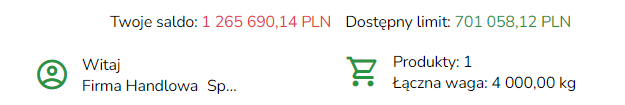
1. Historia zamówień w platformie, ma być historią złożonych **zamówień wyłącznie przez platformę b2b**. Klient ma możliwość podglądu zamówienia oraz jego ponowienia.
2. Historia zamówień w platformie, ma być **historią zamówień złożoną wszystkimi kanałami**, ma być odzwierciedleniem danych, które widzimy 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.

**18. Faktury i rozliczenia.**



1. Pobieramy z ERP **rozliczenia do faktur** i prezentujemy dla klienta w formie listy faktur, dat wystawienia, płatności, wartości faktur oraz kwoty pozostałej do zapłaty.
2. Platforma pobierze **faktury VAT z ERP** w postaci plików PDF i umożliwii ich pobranie 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 w formie plików PDF **faktury VAT korekty** i umożliwii ich pobranie dla klienta po zalogowaniu. ERP udostępnia gotowe pliki faktur korekt do pobrania lub w przypadku braku możliwości, zamawiający zapisze faktury korekty w dedykowanym folderze, z którego CStore pobierze pliki.
4. Udostępnienie dla klienta faktur VAT oraz korekt faktur VAT **w postaci plików XML** (do importu w programie ERP naszego klienta). Dokumenty XML generowane na poziomie programu ERP.

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

****

1. **Limit zakupowy** synchronizujemy z ERP**.**
2. Pobieramy **saldo z ERP** i prezentujemy klientowi.
3. **Miękka windykacja.** 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)
4. **Twarda windykacja.** Klient nie ma dostępnej opcji płatności terminowej w przypadku którym zamówienie jest powyżej limitu zakupowego lub gdy posiada przeterminowane płatności.
5. **Wniosek o zwiększenie limitu zakupowego**. Klient ma możliwość złożenia wniosku o zwiększenie limitu zakupowego. Klient określa oczekiwany limit zakupowy oraz opcjonalnie uzupełnia komentarz z uzasadnieniem. Wniosek trafia mailowo do handlowca oraz jest rejestrowany w platformie.

**20. Handlowcy.**

1. **Konta handlowców**. Handlowiec ma mieć możliwość zalogowania się na swoje konto. Handlowiec może zalogować się na konto klienta i złożyć w jego imieniu zamówienie *(system odnotowuje informacje który handlowiec utworzył zamówienie i przekazuje do ERP)*. Klient po zalogowaniu w górnej części platformy widzi zdjęcie, imię nazwisko, telefon, adres mailowy opiekuna / handlowca który jest odpowiedzialny za współpracę.  
     
   
2. **Przypisanie klientów** do handlowców będzie na **poziomie ERP**. Relacja klient-handlowiec zostanie pobrana z ERP.
3. **Listy zakupowe.** Klient (lub handlowiec) może samodzielnie zdefiniować wiele list zakupowych na jednym koncie. Listy zakupowe następnie mogą być edytowane, wielokrotnie realizowane, usuwane. Lista zakupowa może zostać przekształcona na zamówienie.
4. **Ofertowanie przez handlowców**. Handlowiec może przygotować ofertę w platformie CStore dla danego klienta z indywidualnymi cenami oraz ilościami podanymi przez handlowca. 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.
5. **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.
6. **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). Mechanizm cyklicznych raportów mailowych dla handlowca danego dnia każdego miesiąca, z informacją o klientach dla których spadek obrotów wyniósł powyżej określonego % w porównaniu do okresu poprzedniego.
7. **Porzucone koszyki.** Handlowiec ma możliwość podglądu koszyków klientów (zawartość produktów, ostatnia data modyfikacji, wartość kwotowa koszyka). Handlowiec we własnym zakresie może skontaktować się z klientem w celu przyspieszenia finalizacji zamówienia lub system może w oparciu o automatyczne reguły (np. po X dniach braku aktywności na koszyku), wysłać automatyczne powiadomienie mailowe o tym, że koszyk czeka na sfinalizowanie. Handlowiec może zbiorczo podglądać koszyki z opcją filtracji np. prezentacja klientów których wartość koszyka jest powyżej kwoty X, a ostatnia aktywność była wykonana co najmniej 7 dni temu.
8. **Analiza zachowań klientów.** Mechanizm rejestrujący zachowania klientów na platformie takie jak: logowanie, przeglądanie danej kategorii, produktu, dodanie produktów do koszyka, przeglądanie strony tekstowej, złożenie zamówienia. W ramach zarejestrowanych zdarzeń mamy pełną historię (który użytkownik jakie zdarzenia wykonał). Handlowiec ma możliwość podglądu zachowania danego klienta jak również wyszukiwania klientów którzy wykonali lub nie daną czynność. Przykładowo prezentacja klientów którzy przeglądali określony produkt lub produkt z danej grupy asortymentowej; Klienci którzy nie zalogowali się na platformę w ciągu ostatnich X dni itp.
9. **Moduł CRM** *(prezentacja rozwiązania -* [*https://www.cstore.pl/docs/CStore\_CRM.pdf*](https://www.cstore.pl/docs/CStore_CRM.pdf)). Handlowiec oraz administrator po zalogowaniu w platformie ma dostępny moduł zarządzania relacjami z obecnymi oraz potencjalnymi klientami, w następującym zakresie:  
   - Panel z podsumowaniem najważniejszych informacji (możliwość personalizacji prezentowanych danych)  
   - Lejek sprzedażowy z szansami sprzedaży, etapem sprzedaży, klientami, wartością transakcji.  
   - Mapa prezentująca listę aktualnych klientów oraz potencjalnych, wraz z możliwością filtrowania po wybranych kryteriach klientów. Handlowiec może podejrzeć gdzie dany klient się znajduje oraz ma filtr czy prezentować tylko aktualnych klientów czy również potencjalnych klientów, których nie mamy jeszcze w ERP; potencjalni klienci oznaczeni są innym kolorem od aktualnych; filtr po dacie ostatniej aktywności np. klienci którzy nie zostali odwiedzeni w ciągu ostatnich X dni. Wynik filtrów w formie mapy oraz listy kontrahentów.  
   - Możliwość podglądu na poziomie danego kontrahenta - informacji o ostatnich zamówieniach, statusie rozliczeń, adres siedziby firmy (klient może mieć wiele adresów, jeden z adresów powinien być oznaczony jako adres siedziby firmy), dane kontaktowe (imię nazwisko, telefon, email - możliwość zdefiniowania wielu osób kontaktowych (moduł niezależny od modułu subkont) wraz z adnotacją jaka rola w zespole (dowolne pole tekstowe)

- Planowanie zadań (które będa jednego z typu: spotkanie, złożenie pierwszej oferty (dla nowego klienta), telefon, notatka) na poziomie danego kontrahenta (wyznaczyć datę oraz nazwę zadania oraz typ); możliwość podglądu zadań wszystkich na poziomie danego kontrahenta ale również na poziomie listy wszystkich kontrahentów przypisanych do danego handlowca oraz filtracja po typie zadania (administrator ma możliwość podglądu wszystkich handlowców i wszystkich zadań). Zadania oznaczamy jako wykonane lub mamy możliwość ich edycji lub usunięcia.

- Ankieta do wypełnienia przez handlowca po odbytym pierwszym spotkaniu. Definicja ankiety definiowana przez administratora, po odbyciu spotkania wymagane jest uzupełnienie ankiety (ale tylko kiedy klient nie miał wcześniej jej uzupełnionej, w ramach ankiety poznajemy lub budujemy szerszy opis danej firmy).

- Możliwość dodania potencjalnego kontaktu (nowego kontaktu, który obecnie nie jest jeszcze naszym klientem i nie widnieje on w ERP), na poziomie potencjalnych kontaktów możliwość również dodawania ich do mapy oraz definiowanie zadań; Możliwość raportowania ilości złożonych ofert dla potencjalnych klientów w określonym czasie; przegląd danego handlowca i jego zadań w określonym czasie; Możliwość podglądu klientów nieaktywnych (klienci którzy są w ERP), a którzy nie złożyli zamówień w ciągu X dni.

1. **Aplikacja mobilna dla handlowców do przyjmowania zamówień offline** za pośrednictwem telefonu / tabletu.  
   - Aplikacja dostępna na Android i działająca w trybie offline (możliwość korzystania z niej bez dostępu do internetu. Kiedy internet się pojawi dane zostaną synchronizowane z platformą B2B). Aplikacja dedykowana na tablety oraz telefony. Pobieranie aplikacji z serwerów CStore (nie ma konieczności publikacji w markecie Androida Play Store).

- Aplikacja prezentuje datę ostatniej synchronizacji danych (aplikacja automatycznie synchronizuje dane z serwerem CStore co określony czas) oraz możliwość ręcznego wywołania synchronizacji przez handlowca.

- Aplikacja służy do podejrzenia najważniejszych informacji przez handlowca (aplikacja nie będzie dostępna dla klientów końcowych), który będąc u klienta (gdzie może nie być dostępu do internetu), ma możliwość przyjęcia zamówienia.

- Synchronizacja kartotek towarowych (miniaturka zdjęcia dostępna offline oraz podstawowe informacje o kartotece produktu). Synchronizacja stanu magazynowego, dostępności, jednostek opakowań, indywidualnych cen dla danego klienta.

- Handlowiec będąc u klienta wybiera klienta (konkretny jego oddział), wybiera metodę płatności (zgodnie z dostępnymi formami ustawionym w platformie B2B), formę dostawy oraz wyszukuje produkty do zamówienia. Możliwość wprowadzenia uwag do poszczególnych pozycji na zamówieniu. Wyszukiwarka produktów jest po nazwie, kodzie oraz po drzewku kategorii.

- Handlowiec ma możliwość wprowadzenia dodatkowego rabatu na poszczególne pozycje w zamówieniu.

- Handlowiec w aplikacji widzi tylko swoich klientów którzy są do niego przypisani.

- Handlowiec ma możliwość zgłoszenia nowego adresu dostawy który nie był wcześniej zdefiniowany na koncie klienta - adres taki dostepny je od razu do zamawiania (bez konieczności jej akceptacji przez administratora).

- Możliwość podglądu historii zamówień danego klienta. Możliwość dodania produktów z wybranego wcześniejszego zamówienia ponownie do koszyka i zmiany ilości poszczególnych produktów.

- Możliwość podglądu rozliczeń, limitu zakupowego, salda dla danego klienta.

**21. 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://b2b.foodwell.pl/*](https://b2b.foodwell.pl/) *lub* [*https://www.sklepbaterie.pl/*](https://www.sklepbaterie.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. Wdrożenie **dostarczonego indywidualnego projektu graficznego** (rysowany projekt graficzny dostarczony przez Zamawiającego po wcześniejszej konsultacji z CStore). Zakres wdrożenia projektu graficznego: projekt strony głównej, listy produktu, karty produktu, strony tekstowej, strony kontaktowej.

**22. Dodatkowe opcje.**

1. **Program lojalnościowy.** 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.
2. **Reklamacje.** 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.
3. **Ankiety.** Możliwość przeprowadzenia okresowo ankiety dla klientów. 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.
4. Integracja z wybranym **systemem newsletter** (ustalenie systemu na etapie wdrożenia).
5. Integracja z wybranym **systemem chatu** (ustalenie systemu na etapie wdrożenia).
6. **Udostępnienia oferty w XML** dla klientów posiadających sklepy internetowe z kartotekami towarowymi, dostępnością i ceną zakupu dla klientów. Wybrani przez nas klienci będa mieli dostęp do swojego indywidualnego pliku, który mogą zaimportować u siebie w sklepie.
7. **Przyjmowanie zamówień automatycznie przez Rest API.** Udostępnienie dla wybranych klientów mechanizmu przyjmowania zamówień przez Rest API w ramach którego np. zewnętrzny sklep internetowy będzie mógł złożyć zamówienie automatycznie przez nasze API, bez konieczności logowania się do panelu klienta.
8. **Wewnętrzny system wiadomości w platformie z Klientami.** Mechanizm umożliwiający administratorowi lub handlowcom wysyłanie wiadomości do klienta, które dostępne są po zalogowaniu w platformie. W ramach wiadomości możliwość wysłania komunikatu tekstowego oraz opcjonalnie załącznika w postaci np. pliku PDF. Klient ma możliwość udzielenia odpowiedzi na podaną wiadomość również z opcją dołączenia plików. Klient po otrzymaniu wiadomości w platformie, otrzymuje dodatkowo powiadomienie mailowe o pojawieniu się wiadomości. Handlowiec / administrator również otrzymuje powiadomienie po pojawieniu się nowej wiadomości. Możliwość wysłania wiadomości do jednego lub wielu lub wszystkich klientów (np. z aktualną promocją ograniczona czasowo, dokumentami do podpisu, ankietą do wypełnienia itp).
9. **Moduł serwisowy.** Umożliwienie przyjmowania zgłoszeń serwisowych od klientów.

- Moduł serwisowy, prezentujący serwisy do wykonania na mapie (analogicznie jak moduł CRM)

- Możliwość utworzenia zgłoszenia serwisowego (pola będa uzgodnione na etapie wdrożenia)

- Prezentacja zgłoszeń serwisowych z możliwościa filtracji po statusie, dacie, kliencie, osobie odpowiedzialnej za rozwiązanie.

- Prezentacja zgłoszeń serwisowych w formie listy.

- Podgląd zgłoszenia serwisowego (szczegółowe informacje). Możliwość dodania uwag do zgłoszenia, zmiana statusu realizacji, liczenie SLA (czasu na jego rozwiązanie), dodawanie kosztów serwisu.

- Przeglądanie historii realizacji / zmian.

- Podgląd wszystkich serwisów w formie tablicy (prezentujące serwisy z podziałem na dany etap realizacji) z filtracją po danych osobach które są odpowiedzialne.

- Podgląd wszystkich serwisów w kalendarzu (z opcją podglądu danej osoby realizującej).

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

1. ……….
2. ……….
3. ……….