**SPECYFIKACJA FUNKCJONALNA I POZAFUNKCJONALNA**

**PLATFORMY E-COMMERCE PWM**

**PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA**

Budowa Platformy e-commerce oraz wsparcie techniczne na okres 12 miesięcy dla Polskiego Wydawnictwa Muzycznego

**SZCZEGÓŁY WDROŻENIA PLATFORMY E-COMMERCE**

Proces zastępowania istniejącej obecnie strony e-sklepu Platformą e-commerce – „Nowy sklep internetowy” będzie prowadzony etapami. Dostarczenie MVP umożliwi rozpoczęcie procesu „wygaszania” obecnego rozwiązania., które uzyska pełną samodzielność wraz zakończeniem prac   
i dostarczeniem kompletu funkcjonalności. Z uwagi na fakt, iż obecny e-sklep będzie stopniowo wygaszany, przez większość trwania procesu projektowego będą aktywne dwie wersje. Nowe funkcjonalności będą zastępowały obecne przy zachowaniu pełnej użyteczności systemu.

**ETAPY WDROŻENIA**

**MVP 2022**

**ETAP 1 Nowy sklep internetowy – maksymalnie do 31.12.2022 r.**

obejmuje funkcjonalności MVP FPO1 oznaczone w specyfikacji priorytetem „1”

Opracowanie projektu graficznego, makiet na podstawie opisu funkcjonalnego oraz wytycznych PWM (projekt graficzny musi zawierać minimum: 15 interaktywnych makiet przedstawiających najważniejsze widoki oraz listę komponentów graficznych do końca grudnia 2022 r.

**ETAP 2 Nowy sklep internetowy**

obejmuje funkcjonalności MVP FPO1 oznaczone w specyfikacji priorytetem „1”

Przygotowanie bazy produktów, tworzenie modułów funkcjonalnych - produkty: tworzenie produktów w systemie, informacje podstawowe niezbędne do funkcjonowania produktów oraz informacje szczegółowe, dodawanie opisów i grafik

**MVP 2023**

**ETAP 3 Nowy sklep internetowy –maksymalnie do 01.12.2023 r.**

obejmuje funkcjonalności MVP FPO1 oznaczone w specyfikacji priorytetem „1”

Przygotowanie wersji testowej platformy (w udostępnionym dla Zamawiającego środowisku testowym Wykonawcy), pozwalającej na obsługę zamówień produktów fizycznych wszystkich użytkowników oraz wykonanie niezbędnych integracji i uruchomienie wersji produkcyjnej na serwerze.

**Podetap 3a maksymalnie do 30.04. 2023 r.**

Moduł funkcjonalny – produkty: zarządzanie produktami, ustawienia produktów (typy, wersje, kategorie), ustawienia dystrybucji produktów zarządzanie użytkownikami

**Podetap 3 b maksymalnie do 31.07.2023 r.**

Moduł funkcjonalny: konta klientów indywidualnych - dodawanie nowych kont zawierających dane osobowe, dane adresowe, edycja profilu, wybór adresów, uwierzytelnienie i autoryzacja, odzyskiwanie hasła,

**Podetap 3c maksymalnie do 31.10. 2023 r.**

Oprogramowanie procesu zamawiania i ustawienia dystrybucji, dostawy i płatności dla klientów PWM, wykonanie niezbędnych integracji wewnętrznych i zewnętrznych

**Podetap 3 d maksymalnie do 01.12.2023 r.**

Pozostałe integracje wewnętrzne zewnętrze oraz wgranie aktualnej bazy danych i uruchomienie Platformy na serwerze docelowym.

**MVP 2024**

**ETAP 4 - Nowy sklep internetowy maksymalnie do 30.06.2024 r.**

obejmujący funkcjonalności FPO2 oznaczone w specyfikacji priorytetem „1”

1. Uruchomienie pełnego systemu raportowania

2. Uruchomienie zakupu prenumeraty

3. Wygaszanie aktualnie funkcjonującego rozwiązania

4. Praca nad obsługą niestandardowych zamówień klientów biznesowych

5. Praca nad integracjami z marketplace'ami partnerów handlowych

6. Prace rozwojowe (włączanie funkcjonalności FR5)

**ETAP 5 po zakończeniu i zaakceptowaniu przez Zamawiającego ETAPU 4 - 12 miesięcy od odbioru ostatecznego Systemu.**

obejmujący funkcjonalności oznaczone w specyfikacji priorytetem „2” oraz oznaczone jako rozwojowe.

**Etap ten obejmuje Asystę techniczną oraz wykonanie funkcjonalności dodatkowych w ramach 300h prac rozwojowych.**

**OPIS OZNACZENIA FUNKCJONALNOŚCI PODSTAWOWYCH I ROZWOJOWYCH**

|  |  |
| --- | --- |
| **PRIORYTET** |  |
| 1 | Funkcjonalności oznaczone 1 są wymaganiami podstawowymi i kluczowymi dla prawidłowego działania platformy e-commerce PWM. Wykonanie tych funkcjonalności będzie stanowiło jedno z podstawowych kryteriów oceny oferty wykonawcy.  FPO1 oznacza funkcjonalności platformy e-commerce, które obejmują etap prac  w roku 2022 i 2023 tj. wersję podstawową MVP platformy (Etap 1, 2 3)  FPO2 oznacza funkcjonalności, które obejmują etap prac następujący po wdrożeniu wersji podstawowej MVP w roku 2024 (Etap 4) |
| 2 | Funkcjonalności oznaczone priorytetem 2 są rozwiązaniami rozwojowymi platformy e-commerce PWM, a ich zapewnienie będzie stanowiło dodatkowe kryterium oceny oferowanego przez wykonawcę rozwiązania.  FR5 oznacza funkcjonalności rozwojowe platformy, które mogą uatrakcyjnić lub usprawnić funkcjonowanie platformy w przyszłości i będą wykonane dodatkowo do funkcjonalności oznaczonych FPO1 i FPO2 w roku 2024 w ramach wyceny. |

Wykonawca wypełniając poniższą tabelę zobowiązany jest do wpisania w kolumnie „Spełnienie wymagania” odpowiedniego oznaczenia potwierdzającego gotowość lub brak gotowości do wykonania poszczególnych funkcjonalności, przy czym funkcjonalności oznaczone priorytetem 1 są bezwzględne obligatoryjne. W przypadku potwierdzenia gotowości wykonania funkcjonalności rozwojowych należy wpisać ”TAK”.W przypadku, gdy wykonawca nie będzie mógł zrealizować poszczególnych funkcjonalności rozwojowych w ramach przedmiotu zamówienia należy wpisać „0”. Każdy inny symbol poza wymienionymi powyżej będzie traktowany jako niespełnienie wymogu. W polu Komentarz dot. sposobu realizacji Wykonawca może wpisać komentarz dot. realizacji funkcjonalności oznaczonych priorytetem 2. Komentarz nie podlega ocenie. W poszczególnych obszarach uwzględniono wymagania podstawowe i rozwojowe, które na etapie wyboru oferty zostaną poddane ocenie przez Zamawiającego.

**WYMAGANE JEST ABY PLATFORMA E-COMMERCE PWM REALIZOWAŁA WSZYSTKIE FUNKCJONALNOŚCI OBLIGATORYJNE FPO1 I FPO2 OZNACZONE PRIORYTETEM „1” OPISANE W PONIŻSZEJ TABELI ORAZ DOPRECYZOWANE W ZAŁĄCZONYM OPISIE FUNKCJONALNYM PLATFORMY.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Funkcjonalności podstawowe i rozwojowe** |  | **Wykonawca** | |
| **Priorytet** | **Spełnienie wymagania** | **Komentarz dot. sposobu realizacji** (dot. funkcjonalności oznaczonych priorytetem 2 i nie podlega ocenie) |
| **ZAŁOŻENIA OGÓLNE** | |  |  |  |
| Platforma e-commerce PWM będzie stanowić technologiczne zaplecze do obsługi transakcji handlowych oraz działań w ramach marketing automation realizowanych online przez PWM. Na platformie będą realizowane transakcje sprzedaży wszelkich produktów oferowanych przez PWM, tj. wydawnictw i periodyków PWM, utworów (w tym płyt i plików audio) oraz opracowań, których praw autorskich dysponentem jest PWM, jak również transakcji związanych ze sprzedażą towarów będących w dystrybucji PWM (w tym również sprzedaż publikacji elektronicznych: e-booków, e-nut, plików audio i video) w cyklu jednorazowym, abonamentowym lub prenumeraty. Poprzez platformę e-commerce będą realizowane transakcje zarówno krajowe jaki zagraniczne zawierane z klientami indywidualnymi, instytucjonalnymi i biznesowymi. Nowa platforma e-commerce ma zastąpić obecnie działający e-sklep dostępny on-line pod adresem: [www.pwm.com.pl](http://www.pwm.com.pl). Zakłada się migrację danych z obecnego rozwiązania w zakresie określonym przez Zamawiającego, w tym pełną bazę produktów, bazę klientów oraz zawartość „wirtualnych półek” z zakupionymi produktami cyfrowymi. | | | | |
| **WYMAGANIA DOTYCZĄCE RESPONSYWNOŚCI** | |  |  |  |
| FPO1:01 | Interfejs użytkownika (UI) Platformy musi zachowywać się responsywnie (RWD) co oznacza, że musi zapewniać płynne dostosowanie treści do różnych rozdzielczości i orientacji ekranu dla różnych urządzeń końcowych (komputery i urządzenia mobilne). Dopuszczalne jest zastosowanie dedykowanego, zoptymalizowanego interfejsu przeznaczonego do uruchamiania na urządzeniach mobilnych. | 1 |  |  |
| FPO1:02 | Platforma powinna zapewnić responsywność interfejsu użytkownika dla panelu administracyjnego w zakresie w jakim możliwe jest czytelne prezentowanie danych. Dopuszcza się ukrywanie niektórych elementów widoku w przypadku np. rozbudowanych tabel. | 1 |  |  |
| FPO1:03 | Platforma musi działać prawidłowo w aktualnych wersjach przeglądarek internetowych, zarówno na urządzeniach stacjonarnych jak i mobilnych. Prawidłowość działania dotyczy zarówno funkcjonalności oprogramowania jak i wyglądu interfejsu użytkownika. Wersje interfejsu (osobno dla komputerów i urządzeń mobilnych) muszą działać i wyglądać tak samo, niezależnie od używanej przeglądarki). Prawidłowe działanie musi zostać przetestowane dla aktualnych wersji przeglądarek, co najmniej MS Edge, Firefox, Safari i Google Chrome. Przez wersję aktualną rozumie się najnowszą wersję dostępną w momencie rozpoczęcia testów. | 1 |  |  |
| **WYMAGANIA DOTYCZĄCE OBSŁUGI KLIENTÓW PWM** | | | | |
| FPO1:04 | Platforma musi umożliwiać obsługę transakcji realizowanych przez klientów indywidualnych (B2C), klientów instytucjonalnych (KI) oraz klientów biznesowych (B2B) PWM. Przez obsługę należy rozumieć zawarcie przez klienta transakcji kupna-sprzedaży dokonywanej online obejmującą płatność i dostawę produktów fizycznych, produktów cyfrowych, w tym prenumerat oraz druków na życzenie jak również zarządzanie przez PWM kontami klientów z poziomu panelu administracyjnego.  Zdefiniowani użytkownicy Platformy e-commerce PWM to:  Klient B2C niezalogowany  Klient B2C zalogowany  Klient B2B zalogowany  Klient instytucjonalny niezalogowany  Klient instytucjonalny zalogowany  Użytkownicy PWM o określonych uprawnieniach  Administratorzy PWM | 1 |  |  |
|  |  |
| FPO1:05 | Platforma musi umożliwiać tworzenie kont użytkowników B2C , KI  i B2B. Dopuszcza się utworzenie 2 kont tj. dla klienta B2C i B2B, a KI będzie mógł realizować transakcje opisane w FPO1:03. | 1 |  |  |
| FPO1:06 | W przypadku klienta instytucjonalnego platforma musi umożliwiać dokonanie transakcji:   * z poziomu klienta B2C oraz * z poziomu panelu klienta B2B z możliwością wyboru z listy predefiniowanych dla danego KI płatników (np. gminy, szkoły, itd.), co wiąże się np. z możliwością wykonania przelewu z odroczonym terminem płatności. | 1 |  |  |
| FPO1:07 | W przypadku klienta B2B platforma musi umożliwiać założenie konta klienta B2B i realizację transakcji kupna-sprzedaży poprzez dedykowany panel użytkownika B2B po poprawnym zalogowaniu (proces logowania oraz szczegółowy zakres panelu B2B przedstawiono w załączonym „Opisie funkcjonalnym Platformy”). | 1 |  |  |
| FPO1:08 | W przypadku klienta B2C, platforma musi umożliwiać realizację transakcji jako użytkownik zalogowany oraz niezalogowany. Szczegółowy opis konta i zakresu prezentowanych danych dla użytkownika B2C przedstawiono w „Opisie funkcjonalnym platformy”. | 1 |  |  |
| FPO1:09 | Platforma musi weryfikować udzielane zgody i akceptacje regulaminu zarówno w procesie logowania jak i realizacji transakcji oraz przechowywać informację, czy nastąpiło wyrażenie zgody wraz z treścią tych zgód. Funkcjonalność ta jest istotna w przypadku realizowania działań z zakresu marketing automation (weryfikacja udzielonych zgód przed wysłaniem komunikatu marketingowo-handlowego). | 1 |  |  |
| FPO1:10 | Wszyscy użytkownicy systemu, poza tymi, którzy korzystają z platformy bez zalogowania, powinni posiadać unikalną nazwę użytkownika (login) oraz zaszyfrowane hasło. Platforma musi umożliwiać użytkownikowi: przypominanie loginu, odzyskanie i zmianę hasła. Zasady logowania zostały przedstawione w „Opisie funkcjonalnym Platformy”. | 1 |  |  |
| FPO1:11 | Wszystkie formularze dostępne z poziomu platformy i wypełniane przez użytkowników bez konieczności logowania muszą być chronione np. reCaptcha lub innym równoważnym mechanizmem zabezpieczeń. | 1 |  |  |
| FPO1:12 | Platforma musi zawierać mechanizm pozwalający na weryfikację poprawności i kompletności wprowadzanych danych zarówno podczas logowania do konta, jak i przy wypełnianiu wszystkich formularzy przewidzianych na platformie, w tym w szczególności formularza rejestracyjnego, formularza zwrotu i formularza reklamacji wraz ze wskazaniem błędów i informacją na ich temat. Szczegółowy opis wyglądu poszczególnych formularzy oraz zakresu danych został przedstawiony w „Opisie funkcjonalnym platformy”. | 1 |  |  |
| FPO1:13 | Platforma musi pozwalać na samodzielne usunięcie konta przez użytkownika poprzedzone prezentacją skutków usunięcia konta oraz możliwością usunięcia wszystkich danych użytkownika i udzielonych zgód (np. marketingowych). | 1 |  |  |
| FPO1:14 | Platforma powinna pozwalać na założenie maksymalnie 1 konta dla 1 adresu e-mail. | 1 |  |  |
| FPO1:15 | Klient B2C musi mieć możliwość realizowania transakcji jako użytkownik niezalogowany (bez konieczności zakładania konta) bądź zalogowany. | 1 |  |  |
| FPO2:01 | Klient B2C musi mieć możliwość rozszerzenia swojego konta klienta B2C do konta biznesowego (B2B). Zasady przedstawione zostały w „Opisie funkcjonalnym Platformy”. Przejście klienta B2C na klienta B2B musi przewidywać przejęcie wszystkich danych dostępnych na koncie danego klienta B2C i udostępnianie ich z poziomu nowego konta B2B. | 1 |  |  |
| FPO1:16 | Klient B2B będzie mógł realizować transakcje kupna-sprzedaży poprzez panel klienta B2B tylko jako użytkownik zalogowany. Panel może zawierać różne informacje w zależności od typu klienta B2B i kraju. Szczegółowy opis oraz zakres prezentowanych danych dla użytkownika B2B przedstawiono w „Opisie funkcjonalnym platformy”. | 1 |  |  |
| FPO1:17 | Platforma musi pozwala użytkownikom zalogowanym zarówno B2C, instytucjonalnym jak i B2B na edycję własnych danych (w tym adresowych), podgląd historii zamówień i szczegółów zamówienia oraz podgląd faktur w panelu użytkownika. Ponadto zalogowani klienci B2B będą mieli przypisane indywidualne warunki handlowe. | 1 |  |  |
| FR5:01 | Platforma musi pozwalać na przechowywanie faktur klientów B2B w formie zeskanowanych dokumentów (format co najmniej TIFF, JPEG, PNG lub PDF). Funkcjonalność przewidziana dla klienta B2B jako podgląd dokumentów z poziomu konta z możliwością wydruku. | 2 |  |  |
| FPO1:18 | Platforma musi umożliwiać obsługę klientów zarówno polskich jak i zagranicznych, w tym umożliwiać rozpoznawanie kraju klientów zagranicznych poprzez sprawdzanie adresu IP lub wykorzystanie danych o lokalizacji. W etapie pierwszym przewidziano obsługę klientów B2C i B2B z Polski, klientów B2B z wybranych krajów UE oraz klientów B2B z wybranych krajów spoza UE. Oferta platformy musi być dostępna dla całego świata, jednak dla wybranych lokalizacji należy przewidzieć ograniczenie korzystania poprzez zamieszczenie informacji o braku dostępności produktu w danym kraju, np. komunikat „produkt niedostępny w Twojej lokalizacji”. Rozszerzenie listy krajów obsługiwanych przez platformę przewidziane jest do wykonania po wdrożeniu wersji MVP Platformy. | 1 |  |  |
| FPO1:19 | W przypadku nowego klienta B2B do czasu przyznania warunków handlowych i pełnej funkcjonalności konta biznesowego, klient B2B ma prawo dokonywać zakupów na warunkach B2C. Platforma powinna wysyłać do klienta B2B automatyczne powiadomienie o pomyślnej weryfikacji i założeniu konta B2B. | 1 |  |  |
| FR5:02 | Platforma musi zapewnić użytkownikom możliwość potwierdzenia tożsamości za pomocą konta Google lub Facebook. | 2 |  |  |
| FPO1:20 | Platforma musi zapewniać obsługę różnych walut.  W tym ustawianie domyślnej waluty dla danej wersji językowej, która może być ręcznie modyfikowana przez użytkownika. Ponadto Platforma powinna pozwalać na zarządzanie stawkami podatkowymi VAT dla danego kraju z możliwością weryfikacji VAT-UE w systemie Vies.  W pierwszym etapie (FPO1) platforma musi umożliwić obsługę waluty PLN i Euro, przy czym kwoty wyrażone w Euro są pobierane z systemu Sage (nie ma potrzeby automatycznego przeliczania na podstawie aktualnych kursów). W przypadku klientów polskich zamieszkałych w innym kraju, platforma powinna umożliwić przeglądanie zawartości Platformy w j. polskim, ale z cenami w EUR (funkcja wyboru waluty) lub w innej zdefiniowanej walucie | 1/2 |  |  |
| FR5:03 | Platforma musi umożliwić obsługę zamówień składanych przez klientów instytucjonalnych oraz B2B telefonicznie lub mailowo poprzez specjalny formularz lub dedykowane konto obsługiwane przez uprawnionych pracowników PWM (rozumiane jako możliwość złożenia zamówienia w imieniu klienta).  Opcja 1 - zamówienie wpisywane przez pracownika PWM, bez zakładania konta (formularz) z opcją płatności za pobraniem.  lub  Opcja 2 – pracownik PWM o wyższych uprawnieniach loguje się  w imieniu danego klienta - „zaloguj się w imieniu” i wprowadza zamówienie danego klienta. | 2 |  |  |
| FPO1:19 | Platforma musi umożliwiać rejestrację źródła pozyskania klienta, rozumiane jako dodanie dodatkowego pola w formularzu rejestracyjnym: źródło (np. Skąd dowiedziałeś się o naszej ofercie) | 1 |  |  |
| **WYMAGANIA DOTYCZĄCE PANELU ADMINISTRACYJNEGO** | | | | |
| FPO1:20 | Platforma musi zapewnić możliwość filtrowania i sortowania przy pomocy pól wyszukiwania w nagłówkach kolumn tabeli lub dzięki dodatkowym filtrom bocznym. | 1 |  |  |
| FPO1:21 | Dostęp do wybranych sekcji panelu administratora musi być ograniczony uprawnieniami użytkownika. | 1 |  |  |
|  | **UŻYTKOWNICY PANELU** |  |  |  |
| FPO1:22 | Platforma musi zapewnić mechanizmy zabezpieczające dostęp do panelu administracyjnego. Zabezpieczenia powinny chronić przed próbami zalogowania się przez osoby nieuprawnione. | 1 |  |  |
| FPO1:23 | Platforma musi przewidywać nadanie różnych zakresów uprawnień dla różnych użytkowników PWM, jak również możliwość zmiany uprawnień użytkownika czy jego usunięcia. Użytkownik, po zalogowaniu, będzie miał dostęp tylko do tych funkcji i zasobów, które wynikają z posiadanych uprawnień. Podział uprawnień przedstawia „Opis funkcjonalny Platformy”. | 1 |  |  |
| FPO1:24 | Platforma musi pozwalać na jednoczesną pracę wielu użytkowników PWM. | 1 |  |  |
| FPO1:25 | Platforma musi pozwalać na zarządzanie użytkownikami B2C, instytucjonalnymi i B2B z panelu administracyjnego rozumiane jako zarządzanie bazą użytkowników z możliwością wyszukiwania i filtrowania na liście użytkowników, przechodzenia do szczegółów konta użytkownika i dokonywania określonych operacji na danych szczegółowych użytkownika i na danych zbiorowych. Wymagana jest możliwość zawężenia Wyszukiwania do konkretnego typu produktu oraz o zaaplikowanie dodatkowych kryteriów poprzez zastosowanie filtrów. Zmiana filtrów musi powodować zmianę adresu url z wynikami wyszukiwania. | 1 |  |  |
| FPO1:26 | Panel administratora musi posiadać funkcjonalność pozwalającą na edycję danych w języku polskim z możliwością widoku i edycji danych w innym języku. Możliwość przełączenia się pomiędzy wersjami językowymi edytowanych sekcji powinna być dostępna na każdej stronie panelu administratora. | 1 |  |  |
| FPO1:27 | Platforma musi umożliwiać zapisywanie w historii wszystkich operacji dokonywanych przez użytkowników panelu administracyjnego.  Zapisywane dane na temat operacji to: data i godzina operacji, użytkownik wykonujący operację.  Lista operacji:  • Utworzenie produktu  • Zapis zmian w szczegółach produktu  • Szczegółowe pola, w których wprowadzono zmianę  • Błędy integracji z systemem Sage Symfonia | 1 |  |  |
|  | **DASHOBOARD** |  |  |  |
| FPO1:28 | Widok Dashboardu musi prezentować podstawowe statystyki  i raporty dotyczące działania platformy e-commerce wyspecyfikowane w „Opisie funkcjonalnym Platformy”. | 1 |  |  |
| FPO1:29 | Dashboard musi być zbudowany z serii widgetów odpowiadających za prezentację treści dopasowanych do wybranych aspektów funkcjonowania Platformy. Szczegółowy opis dashboardu oraz widgetów zawarty jest w „Opisie funkcjonalnym Platformy” | 1 |  |  |
|  | **ZARZĄDZANIE PRODUKTAMI** |  |  |  |
| FPO1:30 | Panel administracyjny musi pozwalać na zarządzanie listą produktów, tworzenie nowych i edycję istniejących, zarządzanie ich dostępnością oraz archiwizacją. Moduł produktowy musi być zintegrowany z programem Sage Symfonia. Jego wygląd oraz zarządzanie poszczególnymi produktami PWM opisano szczegółowo w „Opisie funkcjonalnym Platformy”. | 1 |  |  |
| FPO1:31 | Platforma powinna pozwalać na pozyskanie na podstawie integracji z programem Sage Symfonia następujących zmiennych:  • cena  • netto  • brutto   * stan handlowy (stan magazynowy po odjęciu założonych w systemie rezerwacji) | 1 |  |  |
| FPO1:32 | Platforma musi pozwalać na masowe dodanie produktów poprzez panel administracyjny rozumiane jako import pliku (.csv .xml .xlsx) oraz na eksport listy produktów do wybranego formatu pliku (.csv .xml .xlsx). | 1 |  |  |
| FPO1:33 | W widoku szczegółów produktów musi istnieć możliwość przypisywania różnych atrybutów i zarządzanie danymi produktu. Funkcjonalność i szczegóły jej realizacji przedstawione są w „Opisie funkcjonalnym platformy”. | 1 |  |  |
| FPO1:34 | Z poziomu listy produktów musi istnieć możliwość wykonywania akcji grupowych poprzez zaznaczanie odpowiednich checkboxów na wybranych produktach. | 1 |  |  |
| FPO1:35 | W trakcie edycji produktu musi istnieć możliwość podglądu roboczego jego strony w sklepie. |  |  |  |
| FPO2:02 | Platforma musi zapewnić możliwość konfigurowania prenumerat oraz automatycznych zamówień serii produktów objętych prenumeratą. Usługa prenumeraty musi być dostępna dla wszystkich klientów. | 1 |  |  |
| FPO1:36 | Platforma musi zapewnić sprzedaż produktów cyfrowych. Opis produktów cyfrowych znajduje się w :Opisie funkcjonalnym Platformy”. | 1 |  |  |
| FPO1:37 | Platforma musi umożliwiać tworzenie wirtualnej półki rozumianej jako zbiór dostępnych dla konkretnego klienta z poziomu własnego konta zakupionych produktów cyfrowych (pliki mobi lub pdf, mobi, epub, mp3 | 1 |  |  |
| FPO1:38 | Platforma musi pozwalać na dodanie znaku wodnego do wersji cyfrowej produktów. W szczegółach zamówienia klient może podać tekst mający pojawić się jako znak wodny w pliku. Szczegóły dotyczące obsługi zamówień plików cyfrowych znajdują się w Opisie funkcjonalnym Platformy. | 1 |  |  |
| FPO1:39 | Plik udostępniany klientowi przy zakupie wersji cyfrowej musi być plikiem zabezpieczonym przed edycją oraz innymi formami ingerencji ( np. DRM) | 1 |  |  |
| FR5:04 | Produkty cyfrowe należące do serii BOD muszą zawierać stopkę BOD rozumianą jako treść znaku wodnego do wstawienia do wersji cyfrowych produktu zamówionych przez klienta. | 2 |  |  |
| **FPO2:03** | Platforma musi pozwalać na obsługę zamówień typu „druk na życzenie”. Szczegóły realizacji druku na życzenie przedstawione zostały w „Opisie funkcjonalnym Platformy”. | 2 |  |  |
| FR5:05 | Platforma musi umożliwiać realizacje druku na życzenie jako akcji masowych rozumiane jako kompletowanie zamówień i przesyłanie zlecenia do wydruku (automatyzacja procesu). | 2 |  |  |
|  | **ZARZĄDZANIE CENAMI** |  |  |  |
| FPO1:40 | Ceny produktów muszą być przypisane osobno dla wersji polskiej i angielskiej. Ceny dla wersji angielskiej podane są w EUR.  Platforma musi pozwalać na modyfikację cen pobranych z programu Sage Symfonia, a nadpisane ceny w panelu administratora będą cenami obowiązującymi. | 1 |  |  |
| FR5:06 | Platforma musi umożliwiać w przyszłości zastosowanie mechanizmu pozwalającego na zachowanie aktualności cen prezentowanych klientom rozumiane jako wyliczanie cen z uwzględnieniem warunków handlowych na bieżąco podczas korzystania z platformy i osobno dla każdego klienta. | 2 |  |  |
| FPO1:41 | Użytkownicy mający dostęp do panelu administratora muszą mieć możliwość eksportu i wydruku cennika produktów. |  |  |  |
| FR5:07 | Pracownik z niższymi uprawnieniami (szczegóły dotyczące uprawnień znajdują się w „Opisie funkcjonalnym Platformy”) powinien mieć możliwość tworzenia listy cen promocyjnych. Ceny muszą zostać zaakceptowane przez administratora przed publikacją na platformie, co oznacza, że na poziomie dashbordu powinien pojawić się alert z jednoczesną wysyłką email systemowego zawierającego listę cen do akceptacji przez administratora. Ceny promocyjne obowiązywałyby dopiero po akceptacji lub od momentu wskazanej na liście daty. | 1 |  |  |
| FPO1:44 | Platforma musi monitorować, aby ostateczny rabat przy zakupie danego produktu nie spadł poniżej poziomu ustawionego w panelu rabatu dla danego produktu lub grupy produktów, nawet, jeśli ogólny rabat klienta jest wyższy Poziom maksymalnego rabatu jest określany osobno dla klientów B2B, instytucjonalnych i B2C. | 1 |  |  |
| FPO1:45 | Platforma musi umożliwiać ręczne ustawienie czasu realizacji i dostępności produktu niezależnie od aktualnego zatowarowania. | 1 |  |  |
|  | **ZARZĄDZANIE PROMOCJAMI** |  |  |  |
| FPO1:46 | Platforma musi posiadać moduł zarządzania promocjami rozumiany jako możliwość definiowania promocji dla określonych grup produktów i określonych grup klientów. Promocja może być dostępna dla wszystkich klientów PWM, tylko dla klientów B2B, tylko dla klientów instytucjonalnych lub tylko klientów B2C. Dostęp do promocji może być uruchamiany także tylko dla wybranych użytkowników. Platforma musi mieć możliwość definiowania oddzielnych zestawów promocji dla każdej wersji językowej Platformy. Szczegóły dot. zarządzania promocjami przedstawione są w „Opisie Funkcjonalnym Platformy”. | 1 |  |  |
| FPO1:47 | Promocje muszą być automatycznie naliczane względem cen uzyskanych na podstawie integracji z Sage Symfonia. Promocja może łączyć się z innymi rabatami (kody rabatowe, obniżka klienta biznesowego). | 1 |  |  |
|  | **ZARZĄDZANIE RABATAMI** |  |  |  |
| FPO1:48 | Platforma musi pozwalać na definiowanie reguł rabatowych zarówno dla klientów B2C jak i klientów instytucjonalnych i B2B. W przypadku klientów B2C platforma musi pozwalać na aktywację kodu rabatowego podczas składania zamówienia. Szczegóły zarządzania rabatami przestawiono w „Opisie funkcjonalnym Platformy). | 1 |  |  |
| FPO1:49 | Platforma musi zapewnić możliwość konfigurowania prenumerat oraz automatyczne zamówienie serii produktów objętych prenumeratą. Usługa prenumeraty dostępna jest dla wszystkich klientów sklepu poza dystrybutorami, z którymi współpracuje PWM. | 1 |  |  |
|  | **ZARZĄDZANIE WISHLISTAMI** |  |  |  |
| FPO1:50 | Rozumiane jako zarządzanie zakresem, zawartością wishlist klientów. Platforma musi pozwalać na tworzenie Wishlisty przez klienta oraz nadania rabatu, który przypisany do wishlisty naliczany jest w momencie utworzenia koszyka wishlisty w koncie klienta.  Musi istnieć możliwość określenia, czy nadany na wishlistę rabat łączy się z innymi promocjami. Szczegóły dotyczące wishlist przedstawia „Opis funkcjonalny Platformy”. | 1 |  |  |
|  | **ZARZĄDZANIE STANAMI MAGAZYNOWYMI** |  |  |  |
| FPO1:51 | Musi istnieć możliwość aktualizowania stanu magazynowego w regularnych interwałach (np. co 5 minut lub w możliwie jak najkrótszym czasie) bądź na żądanie. Platforma musi aktualizować stany handlowe na podstawie danych uzyskanych poprzez integrację z systemem Sage Symfonia. Na podstawie stanów handlowych określana jest dostępność produktu i czas realizacji zamówienia.  Musi istnieć również możliwość ręcznego ustawienia czasu realizacji i dostępności produktu niezależnie od aktualnego zatowarowania. | 1 |  |  |
| FR5:08 | Platforma powinna posiadać możliwość ustanowienia automatycznej blokady stanów magazynowych dla konkretnych produktów z  możliwością ręcznego nadpisania / ograniczenia liczby produktów dostępnych w CMS z poziomu panelu administracyjnego. | 2 |  |  |
| FPO1:52 | Platforma musi pozwalać na utworzenie zamówienia obcego oraz utworzenie zamówienia obcego z numerem e-commerce (zamiast proformy). Eksport zamówień do systemu Sage Symfonia (lub innego systemu, aktualnie wykorzystywanego przez PWM) oraz wystawianie rezerwacji. | 1 |  |  |
| FR5:09 | Platforma musi dawać możliwość tworzenia tzw. back order do zamówień.  Dla klientów B2B - Pomimo zerowego stanu magazynowego produktów - niedostępnych (ale nie oznaczonych jako nakład wyczerpany) - rozumiane jako możliwość założenia zamówienie back order, oznaczające również założenie rezerwacji (zmniejszenie stanów magazynowych) oraz wysłanie emaila systemowego z powiadomieniem o zamówieniu do klienta. | 2 |  |  |
|  | **ZARZĄDZANIE KLIENTAMI** |  |  |  |
| FPO1:53 | Lista klientów to spis wszystkich użytkowników, którzy utworzyli konto w sklepie. Pozwala na przeglądanie danych i operacje na szczegółach każdego klienta.  Osobne listy muszą obowiązywać dla klientów B2C, klientów instytucjonalnych oraz klientów biznesowych (B2B). | 1 |  |  |
| FPO1:54 | Platforma musi umożliwiać wykonywanie akcji grupowych na wybranych klientach z poziomu listy. | 1 |  |  |
| FPO1:55 | Platforma musi umożliwiać eksport bazy klientów do pliku .xlsx. | 1 |  |  |
| FPO1:56 | Platforma musi pozwalać na wysłanie bezpośredniej wiadomości do wybranego klienta bądź grupy klientów z poziomu panelu administracyjnego. Platforma musi zakładać możliwość integracji z oprogramowaniem do zarządzania mailingiem i bramką SMS rozumianą jako automatyzacja wysyłania wiadomości. | 1 |  |  |
| FPO1:57 | Platforma powinna zapewnić możliwość eksportu zamówień do systemu Sage Symfonia (lub innego, aktualnie wykorzystywanego przez PWM) i wystawianie rezerwacji w postaci zamówienia obcego w systemie. | 1 |  |  |
| **WYMAGANIA DOTYCZĄCE WERSJI JĘZYKOWYCH PLATFORMY** | | | | |
| FPO1:58 | Dostępność dwóch wersji językowych: PL, ENG, przy czym wiodący- domyślny jest polski interfejs. | 1 |  |  |
| FPO1:59 | Możliwość dodawania kolejnych wersji językowych poprzez moduł do tworzenia tłumaczeń. Platforma musi posiadać funkcjonalność tłumaczeń, która pozwoli na edycję i wprowadzenie nowych wersji tłumaczeń dla kolejnych wersji językowych Platformy. Ostateczna decyzja o kształcie zastosowanego rozwiązania do tłumaczeń zostanie podjęta po etapie prac analitycznych. | 1 |  |  |
| FR5:10 | Platforma musi osiadać mechanizm powiadamiania o nowej treści do przetłumaczenia w przypadku zmiany treści w języku polskim. | 2 |  |  |
| FPO1:60 | Platforma musi posiadać możliwość rozbudowy na kolejne rynki zagraniczne. Sposób realizacji będzie wynikał z użytych technologii.  ( przykładowo zbudowanie rozwiązania na rynki zagraniczne w oparciu o architekturę mikroserwisową.) | 1 |  |  |
| FR5:11 | Platforma musi zapewniać obsługę różnych walut (wersja angielska) oraz stawek podatkowych (klienci zagraniczni), w tym też umożliwienie klientom polskim przeglądania w j. polskim z cenami w innej walucie. | 2 |  |  |
| **WYMAGANIA DOTYCZĄCE PRODUKTÓW** | | | | |
| FPO1:61 | Platforma musi umożliwiać zakup produktów fizycznych, cyfrowych, prenumerat oraz usług abonamentowych i druku na życzenie. Do obsługi tego wymagania po stronie systemu musi zostać zaimplementowany kompletny Moduł Produktów. Obecna baza produktów obejmuje:  • Nuty  • Książki  • Płyty  • Akcesoria  • Ruch muzyczny  • Zapowiedzi   * Druk na żądanie * Prenumerata drukowana | 1 |  |  |
| FPO1:62 | Produkty takie jak Nuty, książki płyty oraz akcesoria muszą mieć przypisane kategorie ,podkategorie oraz tagi Wybrany typ produktu może mieć wiele kategorii.  Produkty w danym typie mogą być przypisane tylko do wybranej kategorii. Każda kategoria może mieć wiele podkategorii. Produkt wybranego typu może mieć przypisanych wiele podkategorii. | 1 |  |  |
| FPO1:63 | Platforma musi pozwalać na filtrowanie produktów. Filtry mogą się różnić w zależności od typu produktu. Filtrowanie powinno odbywać się na podstawie takich filtrów jak:  Autor, Wydawnictwo, Seria, Gatunek, Tagi, Postać, Wersja, Cena, Trudność, Wersja językowa, Numer katalogowy, Kod producenta, itd. Szczegóły dotyczące filtrowania produktów przedstawiono w Opisie Funkcjonalnym Platformy. | 1 |  |  |
| FPO1:64 | Platforma musi pozwalać na wyświetlanie listy najczęściej kupowanych produktów (Top 5), najczęściej oglądanych produktów (Top 5) | 1 |  |  |
| FPO1:65 | Platforma musi pozwalać na wystawianie opinii o produkcie przez użytkowników (rozbudowanej z uzasadnieniem skróconej – stopniowej - gwiazdkowej). Moderatorem będzie uprawniony użytkownik PWM. | 1 |  |  |
| FPO1:66 | Platforma musi mieć zaimplementowany moduł rekomendacji – „inni kupili również” | 1 |  |  |
| FPO1:67 | Każdy rodzaj listy produktów musi posiadać następujące wspólne elementy:   * Wybór Typu/Kategorii/Podkategorii * Filtry (jednak ich zawartość jest inna w zależności od wybranego typu) * Selektor "Wszystkie / Nowości / Promocje". * Przełącznik trybu wyświetlania * Wybór sortowania * Widok produktu (różny w zależności od typu).\* * Paginację.   \*widok produktu w postaci listy jest wspólny dla wszystkich typów za wyjątkiem produktu Nuty. | 1 |  |  |
| FPO1:68 | Musi istnieć możliwość sortowania listy produktów wg następujących kryteriów:  • Trafność  • Popularność  • Nazwa: A-Z  • Nazwa: Z-A  • Cena: Rosnąco  • Cena: Malejąco  • Najnowsze  • Najstarsze  • Autor: A-Z  • Autor: Z-A.  Domyślnie lista jest filtrowana po trafności.  Możliwość zawężenie listy sortowania do tytułów wydanych przez PWM, bez towarów obcych. Np. Najnowsze wydane przez PWM. | 1 |  |  |
| FPO1:69 | Podgląd produktu musi zawierać następujące informacje:  • Okładka  • Tytuł/Nazwa  • Podtytuł  • Autor  • Kategoria  • Wydawnictwo  • Numer katalogowy  • Dostępne wersje (w formie przycisków)  • Postać  • Dostępność  • Czas realizacji zamówienia  • Ilość do zakupu  • Cena  • Przycisk Dodaj do listy  • Przycisk Dodaj do koszyka\*  • Przycisk Zapytaj o dostępność\*  • Informacja o produkcie niedostępnym dla wybranego kraju dostawy\*  \*Jedno z oznaczonych gwiazdką - wyświetlane w zależności od dostępności produktu i wybranego kraju dostawy. Szczegóły podglądów poszczególnych typów produktów przedstawiono w Opisie funkcjonalnym Platformy | 1 |  |  |
| FPO1:70 | Karta produktu jest widokiem szczegółów danego produktu. Musi zawierać:  • Miniaturę zdjęcia z minigalerią  • Lightbox (po aktywacji)  • Informacje podstawowe\*  • Widget zakupowy\*  • Opis\*  • Dane szczegółowe\*  • Multimedia  • Pliki do pobrania  • Listę tagów  • Pozostałe pozycje z serii (lub "Pozostałe pozycje z kategorii).  • Kupowane razem z  Pozycje oznaczone "\*" różnią się w zależności kategorii, w której dany produkt się znajduje. Szczegóły dotyczące Karty Produktu przedstawiono w „Opisie funkcjonalnym Platformy” | 1 |  |  |
| FPO1:71 | Platforma musi pozwalać na prezentację zapowiedzi produktów oraz prowadzenie przedsprzedaży. Zawartość zapowiedzi jest zależna od typu produktu, do której należy dany produkt. | 1 |  |  |
| FPO1:72 | Platforma musi pozwalać na prezentację produktów promowanych takich jak:  • Dla Ciebie  • Nowości  • Bestsellery  • Z kategorii promowanej | 1 |  |  |
| FPO1:73 | Platforma musi realizować podpowiadanie produktów w oknie wyszukiwarki wg wpisywanego słowa kluczowego . | 1 |  |  |
| FPO1:74 | Platforma musi pozwalać na wizualizację produktów za pośrednictwem zdjęć oraz filmów video (filmy przechowywane będą oraz serwowane na serwerach zewnętrznych - YouTube lub innych). Na platformie musi być umieszczony odpowiedni player do odtwarzania filmów. Dodatkowo produktu mogą być przedstawiane w formie pdf, epub, mobi, mp3 (próbki produktów oraz pełne wersje). | 1 |  |  |
| FPO1:75 | Platforma musi umożliwiać rejestrowanie pobranych darmowych plików (dla użytkowników zalogowanych). | 1 |  |  |
| FR5:12 | Platforma musi umożliwić konfigurację produktów - Konfigurator produktów - narzędzie umożliwiające tworzenie w CMS zestawów z produktów dostępnych w sklepie. Za pomocą konfiguratora produktów można stworzyć nowy zestaw, złożony z  innych produktów dostępnych na Platformie. Produkty mogą należeć do różnych kategorii (np. książka + płyta). Zestawowi można nadać nazwę, opis oraz dodać grafikę itd. - analogicznie jak w innych produktach. Cena zestawu będzie łączną ceną poszczególnych komponentów, z możliwością dodania ceny promocyjnej, | 2 |  |  |
| FPO1:76 | Platforma musi posiadać zaimplementowaną Wyszukiwarkę typu ElasticSearch zgodną z best practice, ze szczególnym uwzględnieniem wymagań PWM jak wyszukiwanie wg. następujących kryteriów: nazw i opisów produktów, cenie, producencie, nr kategorii, symfonii, ISBN, ISMN, EAN, tytule, autorze, nr PWM oraz wszelkich innych polach zdefiniowanych dla produktu, wyszukiwanie eliminujące błędy, hasła bez polskich znaków, Nr ISBN z kreskami i bez, itd. Ponadto wyszukiwarka powinna podpowiadać frazę sugerowaną (np. przy wpisaniu "szopen" "czy chodziło Ci o "Chopin""). | 1 |  |  |
| FPO1:77 | Platforma powinna umożliwić zablokowanie sprzedaży zagranicznej powyżej pewnych limitów oraz zablokowanie sprzedaży w poszczególnych krajach (Limit wynikający z limitów sprzedaży wysyłkowej – WSTO). | 1 |  |  |
| FR5:13 | Voice to Speech API wdrożenie wyszukiwania głosowego | 2 |  |  |
| **WYMAGANIA DOTYCZĄCE MARKETING AUTOMATION I KOMUNIKACJI Z KLIENTAMI** | | | | |
| FPO1:78 | Platforma musi zapewnić funkcjonalności marketing automation na poziomie co najmniej takim jak funkcjonalności narzędzia Getresponse (stosowane obecnie) rozumiane jako bezpośrednia integracja z tym lub podobnymi narzędziami do marketing automation. | 1 |  |  |
| FPO1:79 | Platforma musi umożliwiać wysyłanie Newslettera do użytkowników, którzy wyrazili zainteresowanie jego otrzymywaniem. Platforma musi pozwalać na zapisanie się i wypisanie się z Newslettera. Zapisanie się do Newslettera dostępne jest również dla użytkowników niezalogowanych. Platforma musi pozwalać na wysyłkę masową Newslettera na adresy e-mail podane przez użytkowników podczas zapisu. Rozumiane jako integracja z narzędziem do wysyłki newsletterów. | 1 |  |  |
| FR5:14 | Platforma musi zakładać prowadzenie livechatu tekstowego z użytkownikiem., rozumiane jako integracja z odpowiednim narzędziem. | 2 |  |  |
| FPO2: 04 | Platforma powinna udostępniać mechanizm do prowadzenia ankiet rozumiany jako obsługa posprzedażowa pozwalająca na ocenę lub recenzję produktu oraz prowadzenie badania satysfakcji. Realizowana z wykorzystaniem narzędzi zewnętrznych (integracja poprzez API). | 1 |  |  |
| FPO2:05 | Możliwość stworzenia prostych ankiet (pola wyboru i pola tekstowe) i rozesłania ich za pomocą systemu do wybranych użytkowników. | 1 |  |  |
| FR5:15 | Platforma musi dostarczać funkcjonalność rekomendacji produktów - polecanie innym - przesyłanie linka rozumiane jako system poleceń polegający na wygenerowaniu i przesłaniu linku do wybranego produktu. | 2 |  |  |
| FPO2: 06 | Platforma powinna umożliwiać klientom dokonanie oceny poziomu trudności produktu w skali 1-5. Panel administracyjny musi pozwalać na zbieranie tych danych, obliczanie średniej arytmetycznej, stanowiące wynikową ocenę trudności produktu, która powinna się wyświetlać na stronie sklepu. Platforma powinna pozwolić na wyświetlanie wszystkich ocen dodanych przez klientów. | 1 |  |  |
| **WYMAGANIA DOTYCZĄCE GRYWALIZACJI** | | | | |
| FR5:16 | Platforma powinna mieć zintegrowany moduł grywalizacji umożliwiający nagradzanie za konkretne zachowania i czynności. Rozumiana jako zaawansowana grywalizacja wybranych procesów. Funkcjonalność realizowana w ramach godzin rozwojowych. | 2 |  |  |
| **WYMAGANIA BEZPIECZEŃSTWA** | | | | |  |
| FPO1:81 | Platforma e-commerce PWM musi być zbudowana  w oparciu o technologie i narzędzia, które zapewnią jej stabilność, wydajność, skalowalność oraz bezpieczeństwo i poufność danych. Dzięki możliwości łatwych i regularnych aktualizacji, stworzona Platforma powinna skutecznie dostosowywać się do zmieniających się potrzeb sklepu PWM. | 1 |  |  |  |
| FPO1:82 | Kod źródłowy Platformy musi być stworzony w powszechnie wspieranym i rozwijanym języku lub językach programowania. | 1 |  |  |  |
| FPO1:83 | Połączenie użytkownika z Platformą powinno być zawsze zabezpieczone certyfikatem SSL. | 1 |  |  |  |
| FPO1:84 | Dostępność Platformy powinna spełniać parametry SLA na poziomie minimum 99,8 % miesięcznie (z wyłączeniem awarii serwerów będących w dyspozycji Zamawiającego, jednakże nie wyłączając awarii wynikających z przeciążenia serwerów w związku z wygenerowaniem ruchu na poziomie 200 jednoczesnych użytkowników platformy na minutę oraz z wyłączeniem planowanych okien serwisowych  SLA rozumiane jest jako % miesięcznego czasu bezawaryjnego, w pełni funkcjonalnego, wydajnego działania platformy e-commerce.  Wszelkie prace wdrożeniowe i rozwojowe na produkcyjnej instancji platformy, wykonywane będą przez Wykonawcę w oknach serwisowych planowanych z minimum 7 dniowym wyprzedzeniem, przypadających na godziny poza największym natężeniem ruchu użytkowników na platformie, każdorazowo akceptowanych przez Zamawiającego. Wykonawca ma obowiązek, przez cały okres realizacji umowy przesyłać raporty SLA określające poziom świadczenia usług w danym miesiącu | 1 |  |  |  |
| FPO1:85 | Wszystkie dane w systemie muszą być obsługiwane w relacyjnej bazie danych umożliwiające dostęp do danych za pomocą języka SQL. Preferowany system bazy danych: MySQL lub równoważny, umożliwiająca bezawaryjne przeniesienie danych z aktualnie wykorzystywanej bazy MySQL | 1 |  |  |  |
| FPO1:86 | Serwis powinien być zaprojektowany tak, aby automatycznie wykonywała się dzienna kopia zapasowa plików strony oraz bazy danych, do zewnętrznego repozytorium, w odrębnej destynacji niż produkcyjna wersja serwisu | 1 |  |  |  |
| FPO1:87 | Platforma e-commerce powinna spełniać wymagania w zakresie poufności i integralności poprzez:  zastosowanie wymogów długości, złożoności oraz cykliczności zmiany haseł w oparciu o analizę ryzyka, uwzględnienie szyfrowania transmisji danych w oparciu o protokół SSL/TLS oraz w oparciu o certyfikat weryfikujący prawo do posługiwania się domeną  wprowadzenie dodatkowych zabezpieczeń przy wprowadzaniu danych do formularzy (minimum CAPTCHA),  wymaganie zbierania danych w modelu Double Opt-in, umożliwiające weryfikację autentyczności użytkownika (wpisanego w formularzu adresu e-mail), poprzez wysłaną automatycznie wygenerowaną wiadomość z linkiem aktywacyjnym, za pomocą którego adres e-mail zostanie zatwierdzony w aplikacji e-commerce.  zastosowanie unikalnych, indywidualnych identyfikatorów użytkowników [to chyba oczywiste, powielenie wcześniejszego wymagania]. | 1 |  |  |
| **WYMAGANIA DOTYCZĄCE MIGRACJI** | | | | |
| FPO1:88 | Platforma będzie wymagała migracji danych z aktualnego systemu (w szczególności bazy produktów, kont klientów oraz zakupionych wcześniej publikacji cyfrowych (wirtualna półka). Rozumiane jako przeniesienie kont obecnych klientów na podstawie danych  z systemów e-commerce i ERP. Platforma powinna posiadać trzy instancje: produkcyjną – dostępną dla użytkowników w Sieci, testową dla pracowników PWM oraz developerską. Dwie ostatnie powinny służyć do wdrażania poprawek bezpieczeństwa, aktualizacji i nowych wersji serwisu. | 1 |  |  |
| **WYMAGANIA DOTYCZĄCE INTEGRACJI** (Szczegółowy plan i koncepcja integracji zostanie ustalona na etapie warsztatów analitycznych). | | | | |
| FPO1:89 | Platforma wymaga integracji z systemem Sage Symfonia Handel wersja 2022.1 w oparciu o udostępnione API (import stanów magazynowych, import zamówień do modułu „zamówienia obce”, rezerwacje egzemplarzy w magazynie). | 1 |  |  |
| FPO1:90 | Platforma musi zapewniać integrację z systemami płatności online. Obecnie trzech dostawców:   * PayU, * eCard obsługujący płatności w Euro, * PayPal, który nie jest zintegrowany obecnie z e-commerce (docelowo powinien być zintegrowany dla platformy B2B)   Rozumiane jako integracja z wybranym dostawcą płatności. Ostateczna decyzja może zostać podjęta po zakończeniu prac analitycznych. | 1 |  |  |
| FPO1:91 | Platforma musi pozwalać na integrację z operatorami usług kurierskich. Rozumiane jako integracja z wybranym systemem do obsługi zamówień.   * InPost (Paczkomaty) * Poczta Polska * Kurier wybrany przez Zamawiającego   Ostateczna decyzja może zostać podjęta po zakończeniu prac analitycznych. | 1 |  |  |
| FPO1:92 | Platforma będzie wymagała integracji z narzędziem do marketing automation i wysyłania newsletterów (FPO1:78) | 1 |  |  |
| FPO1:93 | Platforma musi być zintegrowana z Google Analytics. Rozumiane jako integracja z Google Analytics 4. | 1 |  |  |
| FR5:17 | Platforma powinna zakładać integrację z mediami społecznościowymi w tym z Facebookiem i Instagramem, Youtube | 2 |  |  |
| FR5:18 | Platforma przewiduje integrację z Issuu. | 2 |  |  |
| FPO2:07 | Platforma powinna zakładać integrację z systemami partnerów krajowych i zagranicznych – marketplace’ami. Rozumiane jako realizacja integracji zgodnie z wymaganiami określonymi przez indywidualnego klienta (Dystrybutora) | 2 |  |  |
| FR5:19 | Platforma przewiduje integrację z platformami streamingowymi. Realizowana w ramach godzin rozwojowych. | 2 |  |  |
| FPO2:08 | Z uwagi na współpracę z dużymi klientami B2B, którzy obsługują wiele rynków zagranicznych, zakłada się integracje z systemami partnerów rozumiane jako realizacja integracji z określonymi dystrybutorami poprzez API jeśli jest to możliwe. | 2 |  |  |
| FP01:96 | Platforma będzie wymagała integracji z Nkoda rozumianą jako umieszczenie podlinkowanych butonów kierujących do konkretnych publikacji PWM na stronie Nkody. | 1 |  |  |
| FR5:20 | Platforma będzie wymagała integracji z aplikacją Con.sol.la. Realizowana w ramach godzin rozwojowych. | 2 |  |  |
| FPO1:97 | Platforma powinna umożliwiać proste integracje zewnętrzne (otwarte API). rozumiane jako integracje np. z operatorami płatności, dostaw , integracje z platformami dystrybutorów oraz z marketplace’ami. | 1 |  |  |
| **WYMAGANIA DOTYCZĄCE GENEROWANYCH RAPORTÓW** | | | | |
| FPO1:98 | Platforma musi umożliwiać sporządzanie statystyk oraz raportów, w tym gwarantować możliwość wygenerowania predefiniowanych, podstawowych raportów (sprzedażowych, produktowych, dotyczących klientów, itd.). w postaci plików PDF oraz xlsx. Rozumiane jako generowanie raportów sprzedaży i podsumowania procesów realizowanych w ramach systemu e-commerce. | 1 |  |  |
| FR5:21 | Platforma musi pozwalać na interaktywne tworzenie raportów spersonalizowanych pozwalających na wybór źródła danych, wybór dowolnych pół oraz definiowanie wyglądu raportu. | 2 |  |  |
| **WYMAGANIA PODYKTOWANE PRZEPISAMI PRAWA** | | | | |
| FPO1:99 | Platforma musi być przyjazna w użytkowaniu dla osób z niepełnosprawnościami zgodnie z wymaganiami standardu WCAG 2.1 na poziomie minimalnym określonym w Ustawie z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych (Dz.U. 2019 poz. 848) | 1 |  |  |
| FPO1:100 | Platforma musi spełniać wymogi ustawy Omnibus, w tym w szczególności zapewnić mechanizm umożliwiający wyświetlanie przy cenie promocyjnej produktu informację o najniższej cenie produktu, która pojawiła się na Platformie w ciągu 30 dni przed wprowadzeniem promocji cenowej. | 1 |  |  |
| FPO1:101 | Platforma (instancja testowa), jeśli zawierać będzie do testów dane produkcyjne PWM zawierających dane osobowe, powinna być umieszczona na serwerze znajdującym się na terenie UE (zgodnie z wymogami GDPR) | 1 |  |  |
| FPO1:102 | Platforma powinna posiadać wbudowaną funkcjonalność, umożliwiającą realizację obowiązków związanych z GDPR (prawo do bycia zapomnianym, możliwość pozyskania informacji niezbędnych do raportowania ewentualnych incydentów związanych z bezpieczeństwem danych osobowych itd.) | 1 |  |  |
| FPO1:103 | Wykonawca przekaże Zamawiającemu licencję do platformy dopuszczającą swobodną możliwość rozbudowy i modyfikacji platformy, bez ograniczeń co do rozbudowy i modernizacji (w tym kodów źródłowych). | 1 |  |  |
| **WYMAGANIA DOTYCZĄCE TESTÓW** | | | | |
| FPO1:104 | Platforma nie powinna zawierać luk w bezpieczeństwie i nie zawierać podatności, według metodologii OWASP. Platforma przed przekazaniem powinna dysponować raportem z przeprowadzenia minimum automatycznych testów bezpieczeństwa, zgodnych z metodologią OWASP. | 1/2 |  |  |
| FPO1:105 | Platforma musi zapewnić możliwość obsłużenia 200 użytkowników jednocześnie, z czasem ładowania kompletnej platformy sklepowej nie dłużej ni ż 2 sekundy. Opisana wydajność powinna być potwierdzona wykonaniem testów wydajnościowych wykonanych narzędziem klasy JMeter lub podobnej funkcjonalności. Testy powinny zostać zrealizowane w warunkach testowych Wykonawcy i odzwierciedlać scenariusz standardowego scenariusza wyszukiwania i zakupu realizowanego przez użytkownika | 1/2 |  |  |
| **WYMAGANIA DOTYCZĄCE ASYSTY POWDROŻENIOWEJ** | | | | |
|  | Asysta techniczna rozumiana jest jako:   * 1. dostarczanie, instalowanie i wdrożenie bezpłatnych aktualizacji Systemu w razie zmiany przepisów prawnych w terminie 5 dni przed wejściem zmiany w życie;   2. dostarczanie, instalowanie i wdrożenie nowych wersji oprogramowania wchodzącego w skład Systemu;[czy tutaj także prace rozwojowe?]   3. aktualizacje struktur baz danych wymagane przez nowe wersje oprogramowania, nowe lub zmienione przepisy prawne lub związane z ogólnym rozwojem Systemu;   4. aktualizacje dokumentacji oprogramowania wchodzącego w skład Systemu;   5. konsultacje techniczne i merytoryczne   6. udzielanie pomocy przy rozwiązywaniu problemów związanych z użytkowaniem Systemu, wskazanie miejsca popełnienia błędu przez użytkownika;   7. udzielanie informacji na temat sposobu działania wszystkich funkcji Systemu i ich możliwości;   8. udzielania informacji na temat optymalnej konfiguracji Systemu według aktualnych potrzeb Zamawiającego;   9. weryfikacja powodów, które doprowadziły do usterki lub awarii, a także błędów w konfiguracji (nie dotyczy Napraw Gwarancyjnych). | 1 |  |  |
|  | Asysta Techniczna realizowana jest przez Wykonawcę w terminie 5 dni od zgłoszenia zapotrzebowania przez Zamawiającego, z wyłączeniem Wsparcia Technicznego, zawartego w pkt f)-i), które jest realizowane w terminie 24 godzin |  |  |  |
|  | W okresie trwania gwarancji Wykonawca powinien świadczyć usługi gwarancji obejmujące w szczególności:  Błąd - nieprawidłowe działanie oprogramowania, niezależne od przyczyny takiej nieprawidłowości. W szczególności błędem jest działanie oprogramowania niezgodne z dokumentacją.  W tym: Błąd krytyczny – nieprawidłowe działanie oprogramowania powodujące albo całkowity brak możliwości korzystania z oprogramowania, albo takie ograniczenie możliwości korzystania z niego, że przestaje ono spełniać swoje podstawowe funkcje. Przykładem błędu krytycznego jest niemożność uruchomienia oprogramowania, brak odczytu/zapisu z bazy danych, utrata danych lub ich spójności, brak możliwości zalogowania użytkownika, niedostępność krytycznych funkcji oprogramowania.  Błąd poważny – nieprawidłowe działanie oprogramowania powodujące ograniczenie korzystania z oprogramowania przy zachowaniu spełniania przez oprogramowanie jego podstawowych funkcji. Przykładem błędu poważnego jest niedostępność niekrytycznych funkcji oprogramowania, wydajność poniżej założonego progu.  Błąd niskiej kategorii – nieprawidłowe działanie oprogramowania niepowodujące ograniczenia korzystania z oprogramowania. Przykładem błędu niskiej kategorii jest np. niedostępność systemu pomocy, błąd językowy w interfejsie. | 1 |  |  |
|  | Wykonawca będzie zobowiązany do świadczenia minimalnej liczby godzin asysty, która wynosi 120 h w skali roku (10h /miesiąc). | 1 |  |  |
|  | Wykonawca określi gwarancję czasu rozwiązania problemu, zgłaszanego przez Zamawiającego (osobno dla każdego rodzaju błędu) | 1 |  |  |
|  | Wykonawca określi czas gotowości do podjęcia działania zmierzającego do wdrożenia nowej funkcjonalności | 1 |  |  |
| **WYMAGANIA DOTYCZĄCE ZESPOŁU PROJEKTOWEGO** | | | | |
|  | Wykonawca określi skład zespołu projektowego dedykowanego przez Wykonawcę do realizacji projektu (ilość osób, doświadczenie w zakresie odpowiadającym przedmiotowi zamówienia)  ba) skład zespołu budującego i wdrażającego platformę  bb) skład zespołu utrzymującego platformę  bc) skład zespołu rozwijającego platformę  Wykonawca określi potrzeby zaangażowania ze strony zespołu Zamawiającego w poszczególnych etapach realizacji projektu | 1 |  |  |
|  | Wykonawca opracuje macierz RACI zespołu uczestniczącego w realizacji projektu | 1 |  |  |
| **WYMAGANIA DOTYCZĄCE SZKOLEŃ DLA PRACOWNIKÓW PWM** | | | | |
|  | Szkolenia muszą zostać przeprowadzone w taki sposób, aby umożliwić uczestnikom Zamawiającego (użytkownikom i administratorom) nabycie umiejętności pozwalających na samodzielną obsługę Platformy e-commerce (w tym panelu administracyjnego) | 1 |  |  |
|  | Każdy z użytkowników oraz administratorów musi zostać przeszkolony przez Wykonawcę w wymiarze co najmniej 8 godzin szkoleniowych. | 1 |  |  |
|  | Wykonawca dostarczy Dokumentację Użytkownika rozumianą jako instrukcję obsługi panelu administracyjnego dla użytkownika. | 1 |  |  |
|  | Wykonawca dostarczy Dokumentację Administratora rozumianą jako instrukcję obsługi panelu administracyjnego dla administratora pod kątem zarządzania Systemem, w tym w szczególności opis czynności i zasad umożliwiających administratorom wykorzystywanie wszystkich cech funkcjonalnych Systemu w zakresie przewidzianym dla pracy administratora (opis wraz z procedurami instalacji i konfiguracji całego Systemu, opisy plików i/lub parametrów konfigurujących i parametryzujących System, instalacji baz danych Systemu, opisy interfejsów międzymodułowych, instrukcje instalacji, deinstalacji każdego z elementów Systemu tak, aby przeprowadzenie tych czynności mogło zostać wykonane samodzielnie przez administratorów systemu Zamawiającego, konfiguracji stacji roboczych, opis wymaganych pakietów instalacyjnych i ich wersji, archiwizacji danych, odtwarzania danych, wymagane formaty danych przy imporcie i eksporcie danych, plan odtwarzania Systemu po awarii, itp.) i postępowania w sytuacjach awaryjnych, informacje na temat logicznej struktury baz danych (spis tabel, ich struktura i zawartość oraz wzajemne powiązania), sposób i zasady integracji z systemami zewnętrznymi. Ponadto dokumentację narzędzi, serwisów i innych mechanizmów użytych do integracji z systemami działającymi u Zamawiającego w zakresie koniecznym do uruchomienia Systemu, służącymi wymianie danych między systemami. | 1 |  |  |
|  | Wykonawca po zakończeniu wszystkich działań przekaże pełną dokumentację Platformy e-commerce rozumianą jako szczegółową specyfikację techniczną zawierająca opis wszelkich funkcjonalności oraz parametrów dostarczonego rozwiązania. | 1 |  |  |
| **WYMAGANIA DOTYCZĄCE PROJEKTU GRAFICZNEGO** | | | | |
|  | Projekt graficzny Platformy musi być zgodny z zasadami projektowania zorientowanego na Użytkownika oraz zrealizowany w zgodzie z księgą znaku i wytycznymi graficznych dostarczonymi przez PWM oraz makietach systemu. Wytyczne zostaną przekazane w ramach warsztatów graficznych, które odbędą się z zespołem projektowym PWM. Prace nad projektem graficznym będą obejmować:  a) opracowanie systemowej koncepcji graficznej: modułowej, powtarzalnej, rozszerzalnej, zawierającej elastyczny zbiór elementów graficznych w pełnej zgodności ze standardami WCAG 2.1. Ten system graficzny będzie wykorzystywany do stworzenia innych elementów witryny PWM.  b) Opracowanie grafiki strony głównej i stron kluczowych.  c) Stworzenie min. 15 makiet kluczowych widoków oraz listy komponentów graficznych | 1 |  |  |