

# **Sklep internetowy**

## **opis funkcjonalności**

**Dalsze informacje:**  
**Maciej Mazur**  
**mm@kapitanat.one.pl**  
**tel (0-12) 636 26 71 po godz. 17**

---

<b>1. WPROWADZENIE .....</b>	<b>4</b>
<b>2. OPIS SKLEPU .....</b>	<b>5</b>
<b>2.1 Część dla klienta.....</b>	<b>5</b>
2.1.1 Przestrzeń robocza.....	5
2.1.2 Wyszukiwanie produktu za pomocą drzewa kategorii .....	6
2.1.3 Wyszukiwanie produktu za pomocą pola szybkiego wyszukiwania .....	6
2.1.4 Wyszukiwanie produktu za pomocą wyszukiwania szczegółowego.....	6
2.1.5 Promocje .....	7
2.1.6 Szczegółowe informacje o produkcie.....	7
2.1.7 Koszyk .....	8
2.1.8 Wysyłanie zlecenia.....	9
2.1.9 Informacja od administratora .....	9
2.1.10 Wysłanie komunikatu dla administratora .....	9
2.1.11 Kontakt z przedstawicielami sklepu .....	10
2.1.12 Klient anonimowy a klient stały.....	10
2.1.13 Zakładanie nowego konta.....	10
2.1.14 Logowanie .....	11
2.1.15 Zapomniane hasło.....	11
2.1.16 Ustawienia konta .....	11
2.1.17 Historia zakupów.....	11
2.1.18 Drukowanie zamówień.....	12
<b>2.2 Część dla administratora.....</b>	<b>13</b>
2.2.1 Zmiana oferty sklepu.....	13
2.2.2 Ustawienia rabatów dla wybranych klientów.....	15
2.2.3 Ograniczenia i rozszerzenia oferty dla specyficznych klientów.....	16
2.2.4 Lista klientów.....	16
2.2.5 Ustawienia limitów wydatków dla klientów korporacyjnych .....	17
2.2.6 Wysyłanie informacji dla klientów do odczytania przez stronę WWW.....	17
2.2.7 Wysyłanie komunikatów dla klienta lub grupy klientów za pomocą poczty elektronicznej.....	17
2.2.8 Ustawianie statusów zamówień.....	17
2.2.9 Lista najlepiej sprzedających się produktów .....	18
2.2.10 Lista najlepszych klientów .....	18
<b>3. BEZPIECZEŃSTWO SKLEPU .....</b>	<b>18</b>
3.1 Protokoły http i https.....	18
3.2 Sprawdzanie poprawności.....	18
3.3 Ochrona zalogowanych klientów .....	19
3.4 Silnik sklepu poza katalogiem WWW.....	19
<b>4. WDROŻENIE SKLEPU .....</b>	<b>19</b>
4.1 Wymagania sprzętowe serwera .....	19
4.2 Wymagania sprzętowe klienta sklepowego.....	19
4.3 Wymagania sprzętowe administratora sklepu .....	20
4.4 Dostosowanie sklepu .....	20

---

4.5	Konfiguracja sklepu.....	20
4.6	Instalacja sklepu.....	20
<b>5.</b>	<b>REFERENCJE .....</b>	<b>21</b>
5.1	Wersja demonstracyjna.....	21
5.2	Działające instalacje.....	21

# 1. Wprowadzenie

Niniejszy dokument zawiera opis sklepu internetowego służącego do prowadzenia transakcji typu B2C (business to customer), oraz B2B (business to business).

Sklep jest niezawodną platformą do przeprowadzania tego rodzaju transakcji, doceniły to już firmy, które korzystają z jego usług.

Technologia użyta do budowy sklepu to PHP, PERL, MySql.

Najważniejsze cechy sklepu w punktach:

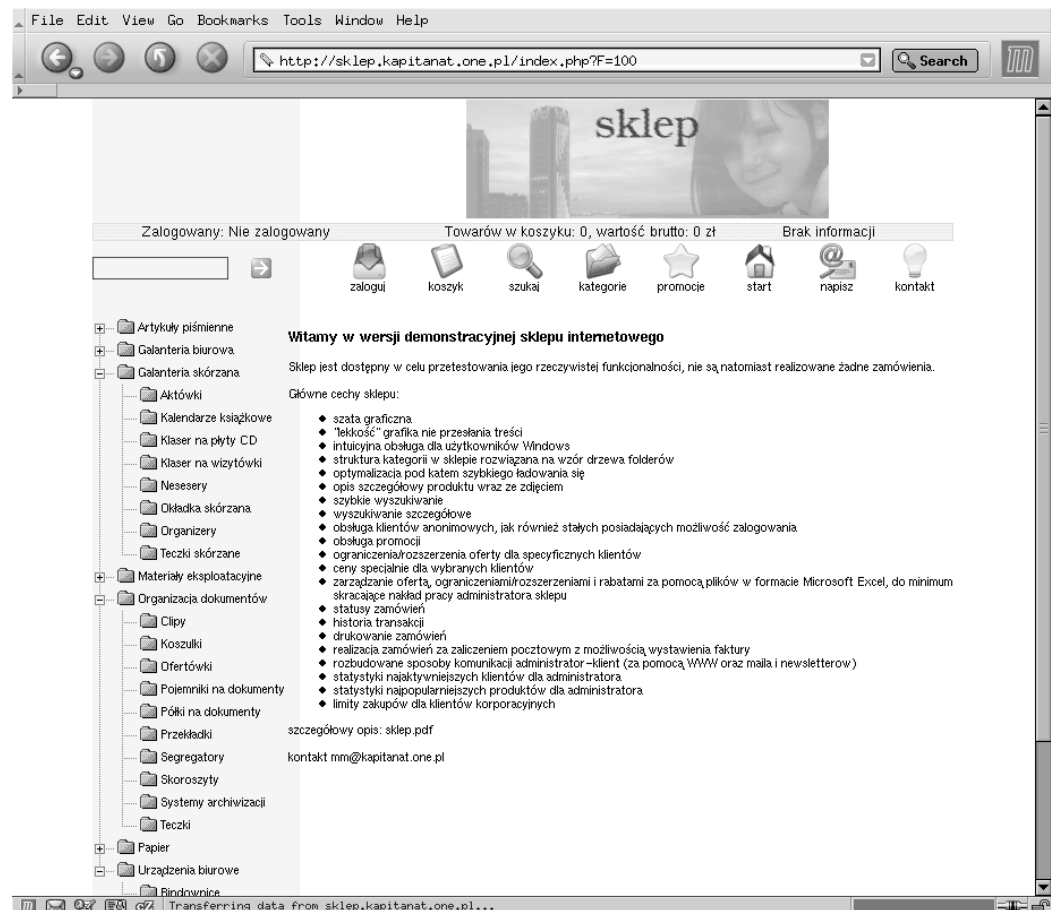
- szata graficzna
  - „lekkość” grafika nie przesłania treści
  - intuicyjna obsługa dla użytkowników Windows
  - struktura kategorii w sklepie rozwiązana na wzór drzewa folderów
  - optymalizacja pod kątem szybkiego ładowania się
- opis szczegółowy produktu wraz ze zdjęciem
- szybkie wyszukiwanie
- wyszukiwanie szczegółowe
- obsługa klientów anonimowych, jak również stałych posiadających możliwość zalogowania
- obsługa promocji
- ograniczenia/rozszerzenia oferty dla specyficznych klientów
- ceny specjalnie dla wybranych klientów
- zarządzanie ofertą, ograniczeniami/rozszerzeniami i rabatami za pomocą plików w formacie Microsoft Excel, do minimum skracające nakład pracy administratora sklepu
- statusy zamówień
- historia transakcji
- drukowanie zamówień
- realizacja zamówień za zaliczeniem pocztowym z możliwością wystawienia faktury
- rozbudowane sposoby komunikacji administrator-klient (za pomocą WWW oraz poczty e-mail i newsletterow)
- statystyki najaktywniejszych klientów dla administratora
- statystyki najpopularniejszych produktów dla administratora
- limity zakupów dla klientów korporacyjnych

## 2. Opis sklepu

### 2.1 Część dla klienta

#### 2.1.1 Przestrzeń robocza

Po wpisaniu adresu sklepu w przeglądarce pojawia się sklep jak na rysunku.



Można wyróżnić tutaj następujące części:

- pasek bannerowy – do dowolnego wykorzystania
- pasek statusu – tutaj dostępne są informacje związane z zalogowaniem, aktualnym stanem koszyka, oraz wiadomościami od administratora
- pasek ikon – klikając na poszczególne ikony można dotrzeć do najczęściej wykonywanych czynności
- drzewo kategorii – struktura przypominająca znane z Windows drzewo katalogów. Za jej pomocą klient sklepu może szybko dotrzeć do poszukiwanych produktów. Klikając na plus rozwijamy daną kategorię, minus analogicznie zamyka wybraną kategorię. Wszystkie operacje wykonywane są po stronie przeglądarki, co powoduje oszczędność czasu związaną z brakiem dodatkowych żądań wysyłanych do serwera.

- część operacyjna – miejsce do wykonywania właściwych operacji związanych z dokonywaniem zakupów, jej zawartość zmienia się w zależności, jakie czynności w danej chwili są podejmowane przez klienta

### **2.1.2 Wyszukiwanie produktu za pomocą drzewa kategorii**

Drzewo kategorii zorganizowane jest na wzór drzewa folderów w systemie Windows. Doświadczenie wykazuje, iż bardzo rozbudowana struktura drzewiasta powoduje dezorientację klienta, z tego też powodu układ kategorii ograniczony został do 2 poziomów zagłębienia. Plusy i minusy służą do rozwijania oraz zwijania wybranych gałęzi drzewa. Kliknięcie na nazwie kategorii przenosi klienta na stronę z podkategoriami, natomiast kliknięcie na nazwę podkategorii przenosi klienta na listę produktów znajdujących się w wybranej podkategorii. Lista produktów pokazuje klientowi informacje takie jak: pełna nazwa, cena, podatek. Stąd można dotrzeć do opisu szczegółowego produktu poprzez kliknięcie na nazwie produktu, można również dodać wybrany produkt do koszyka za pomocą odnośnika „dodaj”.

Produkty wyróżniające spośród innych się innym kolorem tła są towarami w promocji. Aby dowiedzieć się o szczegółach promocji dla danego produktu należy albo przejść na stronę z informacjami szczegółowymi, albo najechać myszą nad wybrany produkt, a przeglądarka wyświetli pole z informacją o promocji.

### **2.1.3 Wyszukiwanie produktu za pomocą pola szybkiego wyszukiwania**

Szybkie szukanie pozwala na natychmiastowe otrzymanie listy produktów, których nazwa zawiera wpisane słowo. Aby skorzystać z możliwości szybkiego szukania należy skorzystać z pola znajdującego się po lewej stronie paska ikon. Wyniki szukania prezentowane są w formie podobnej do tej, w której prezentowane są produkty należące do danej kategorii, stąd klient jednym kliknięciem może dodać wyszukany produkt do koszyka, lub przejść do opisu szczegółowego.

Zakres szukania obejmuje bieżącą ofertę danego klienta, co jest ważne w przypadku zawężenia lub rozszerzenia oferty dla specyficznych klientów.

### **2.1.4 Wyszukiwanie produktu za pomocą wyszukiwania szczegółowego**

Formularz pozwalający na wyszukiwanie szczegółowe pozwala na określenie zaawansowanych kryteriów, które muszą spełniać wyszukiwane produkty. Kryteriami tymi są:

- kategoria wraz z podkategorią
- fragment nazwy produktu bądź jego opisu
- indeks produktu
- marka produktu

- przedział cenowy

Klient wyszukując może wybrać tylko niektóre w podanych kryteriów.

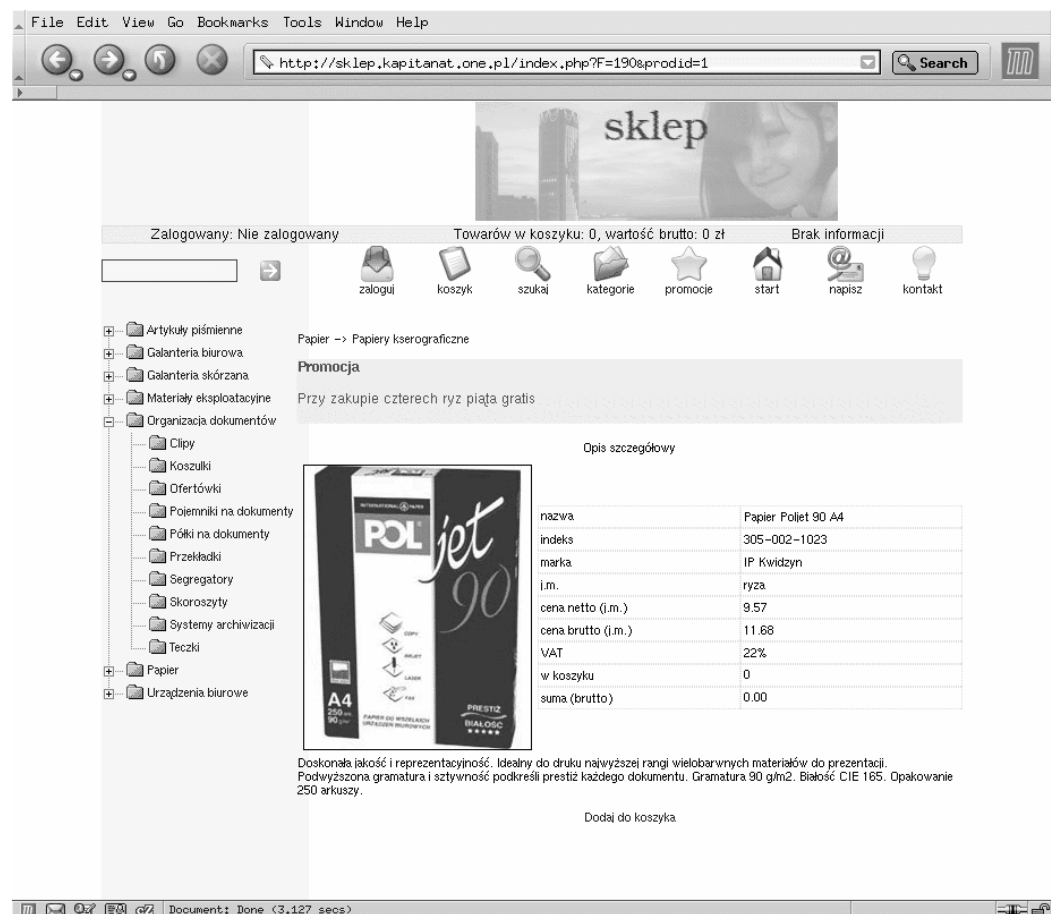
Wyniki prezentowane są w sposób analogiczny do szukania szybkiego. Podobnie zakresem szukania jest bieżąca oferta danego klienta.

### 2.1.5 Promocje

Po kliknięciu na ikonę „promocje” można zobaczyć wszystkie produkty w sklepie będące aktualnie promowane. Produkty będące w promocji można zobaczyć również na zwykłych listach produktów, wyróżniają się one innym kolorem tła. Dla towarów promowanych na stronie ze szczegółowymi informacjami o produkcie, pojawia się dodatkowo opis związany z promocją. Promocje są pomyślane jako mechanizm umożliwiający powiadomienie klienta na przykład o akcji typu: „dodatkowy artykuł gratis przy zakupie n artykułów”, jak również mogą wpływać na zmiany cen.

### 2.1.6 Szczegółowe informacje o produkcie

Na stronie z informacjami szczegółowymi klient może zobaczyć wygląd produktu, jak również wszystkie jego atrybuty.



The screenshot shows a web browser window displaying the online store 'sklep'. The address bar shows the URL: `http://sklep.kapitanat.one.pl/index.php?F=190&prodid=1`. The page content includes a navigation menu with icons for 'zaloguj', 'koszyk', 'szukaj', 'kategorie', 'promocje', 'start', 'napisz', and 'kontakt'. A sidebar on the left lists various product categories like 'Artykuły piśmienne', 'Galanteria biurowa', etc. The main content area features a 'Promocja' section with the text 'Przy zakupie czterech ryz piąta gratis'. Below this is a product image of a 'POL jet 90' paper pack. To the right of the image is a table with the following data:

Opis szczegółowy	
nazwa	Papier Poljet 90 A4
indeks	305-002-1023
marka	IP Kwizdzyń
i.m.	ryza
cena netto (i.m.)	9.57
cena brutto (i.m.)	11.68
VAT	22%
w koszyku	0
suma (brutto)	0.00

Below the table, there is a description of the product: 'Doskonała jakość i reprezentacyjność. Idealny do druku najwyższej rangi wielobarwnych materiałów do prezentacji. Podwyższona gramatura i sztywność podkreśli prestiż każdego dokumentu. Gramatura 90 g/m<sup>2</sup>. Białość CIE 165. Opakowanie 250 arkuszy.' At the bottom of the product section, there is a button labeled 'Dodaj do koszyka'.

Atrybutami mogą być na przykład: marka, waga, kolor, cena, itp. W przypadku promocji na stronie tej można zobaczyć opis promocji. Klikając na odnośnik „dodaj do koszyka” klient dodaje ten produkt do koszyka.

### 2.1.7 Koszyk

Strona „koszyk” przedstawia listę produktów, które klient aktualnie zamierza kupić. Każda linijka przedstawia reprezentuje produkt.

Zawartość koszyka						
Nazwa	Ilość	Cena netto	Cena brutto	Wartość netto	Wartość brutto	Usuń
Papier Poljet 90 A4	4	9.57	11.68	38.28	46.72	Usuń
Przeladki plastikowe A4 12 stron MAXI	100	5.86	7.15	586.00	715.00	Usuń
Razem:				624.28	761.72	

W kolejnych kolumnach widać:

- ilość produktów w koszyku
- cenę netto
- cenę brutto
- wartość netto (cena \* ilość)
- wartość brutto
- odnośnik umożliwiający usunięcie produktu z koszyka

Możliwa jest zmiana ilości sztuk wybranych produktów w koszyku, aby to osiągnąć należy wpisać nowe wartości w odpowiednie pola „ilość” oraz przycisnąć przycisk „przelicz”, który spowoduje uaktualnienie oraz ponowne przeliczenie wartości poszczególnych produktów, a także wartości sumarycznej.

Jeśli klient zgromadzi w koszyku wszystkie potrzebne produkty wciska przycisk „zamów”, który przeniesie go na stronę gdzie będzie mógł wysłać zlecenie.



### **2.1.8 Wysyłanie zlecenia**

Klient sklepu ma do wyboru dwa tryby rozliczania się z firmą prowadzącą sklep. Pierwszy tryb to zamówienie indywidualne gdzie towary dostarczane są za zamówieniem pocztowym, a zapłata odbywa się przy odbiorze przesyłki. Drugim trybem jest rozliczenie się za pomocą faktury. W tym przypadku sposób zapłaty oraz dostarczenia przesyłki z towarem może zostać uzgodniony między stronami.

Jako że oba tryby potrzebują różnych danych, po wybraniu odpowiedniego trybu sklep wyświetla formularz z polami odpowiednimi dla danego wyboru. Pierwszy tryb wymaga wpisania danych adresowych potrzebnych do wysłania przesyłki oraz telefonu w celu ewentualnego potwierdzenia transakcji. Drugi tryb, oprócz informacji związanych z danymi adresowymi, wymaga podania danych do faktury.

Dla klientów zalogowanych sklep automatycznie wypełnia dane formularza danymi wprowadzonymi podczas zakładania konta. Dane te klient może edytować zanim wyśle zamówienie.

Złożenie zamówienia może wiązać się także z chęcią przekazania pewnej informacji dla realizującego owo zamówienie. Do tego celu służy nieobowiązkowe pole „komentarz”.

Po wypełnieniu formularza klient przyciska przycisk wysyłający zlecenie, które za pomocą poczty elektronicznej wędruje do osoby odpowiedzialnej za realizację zamówień ze sklepu.

### **2.1.9 Informacja od administratora**

Sklep oferuje dwa sposoby komunikacji między administratorem a klientem. Administrator za pomocą sklepu może wysłać wiadomość na adres e-mail klienta, albo wysłać komunikat, który klient będzie mógł odczytać na stronie po zalogowaniu się.

Jeżeli po prawej stronie paska statusu znajduje się napis „Informacja dla Ciebie” oznacza to, iż jest aktualnie jakaś informacja. Kliknięcie na ów napis skieruje klienta na stronę gdzie będzie mógł ją przeczytać.

### **2.1.10 Wysłanie komunikatu dla administratora**

Klient chcący napisać list e-mail do administratora sklepu, może uczynić to bezpośrednio ze strony WWW. W tym celu wybiera opcję kryjącą się pod ikoną „napis”. Formularz, który zostanie wyświetlony zawiera pola takie jak „Od”, „Temat”, „Treść”, które po wypełnieniu i zatwierdzeniu, spowodują wysłanie odpowiedniej wiadomości e-mail.

### **2.1.11 Kontakt z przedstawicielami sklepu**

W przypadku, gdy klient potrzebuje zasięgnąć porady przedstawiciela firmy, lub potrzebuje z jakiegoś powodu skontaktować się z przedstawicielem sklepu w sposób inny, niż za pomocą poczty elektronicznej, wszystkie potrzebne informacje znajdzie na stronie „kontakt z przedstawicielami sklepu”. Mapka przedstawia zasięg działania poszczególnych przedstawicieli, podane są odpowiednie telefony oraz adresy.

### **2.1.12 Klient anonimowy a klient stały**

Niektóre możliwości sklepu są dostępne jedynie dla stałych klientów sklepu. Stałym klientem jest klient, który ma własne konto w sklepie i używa tego konta do robienia zakupów.

Nowymi możliwościami są:

- przeglądanie historii zakupów
- skrócone wybieranie produktów na podstawie dawnych zakupów
- drukowanie zamówień
- ograniczenie lub rozszerzenie oferty
- spersonalizowany cennik

Aby nowe opcje dla zalogowanych użytkowników były dostępne zmienia się nieznacznie pasek ikon

### **2.1.13 Zakładanie nowego konta**

Klient chcący mieć możliwość zalogowania się musi posiadać swoje własne konto w sklepie. Dotarcie do formularza za pomocą, którego będzie można założyć konto wymaga kliknięcia na ikonę „zaloguj”, a następnie wciśnięcia przycisku „Założ nowe konto”. Do założenia konta potrzebne jest podanie następujących informacji:

- imię
- nazwisko
- adres e-mail, który automatycznie będzie loginem
- hasło
- adres
- telefon
- dane do faktury, opcjonalnie dla klientów, którzy będą wymagali faktur do czynionych zakupów

Po udanym założeniu konta klient anonimowy staje się klientem stałym i może się zalogować.

### **2.1.14 Logowanie**

Klient w celu zalogowania się wybiera ikonę zaloguj, a następnie w polu „Twój e-mail/login” wpisuje swój e-mail, oraz w polu poniżej swoje hasło. Logowanie następuje wraz z wciśnięciem przycisku „zaloguj”.

Jeśli klient używa swojego prywatnego komputera, na którym nie ma osób niepowołanych może wybrać opcję „Następne logowanie – automatycznie”, w tym przypadku następnym razem zostanie automatycznie zalogowany od razu po wpisaniu adresu internetowego sklepu. W przypadku, gdy klient nie ma pewności, czy ktoś niepowołany może użyć jego komputera, może wybrać jeden z dwóch pozostałych trybów „pełnego logowania” lub „podpowiedzi loginu”

W pierwszym przypadku po ponownym wejściu do sklepu będzie musiał zalogować się standardowo, natomiast w drugim będzie poproszony jedynie o wpisanie hasła.

Po zalogowaniu klient może zauważyć zmianę asortymentu sklepu, jak również zmianę cen. Gdy takie zmiany nastąpią jest to związane z tym, iż ma specjalną ofertę, która jest rozszerzona bądź ograniczona, lub ma specjalne ceny rabatowe.

Gdy zalogowanie nastąpi w momencie, kiedy klient ma już jakieś towary w koszyku, wszystkie niedostępne dla niego produkty zostaną z niego automatycznie usunięte, a ceny zostaną przeliczone według ewentualnie przyznanych mu rabatów.

### **2.1.15 Zapomniane hasło**

Jeżeli zdarzy się sytuacja, w której klient nie pamięta swojego hasła, które pozwalało mu na zalogowanie do sklepu, istnieje możliwość przypomnienia mu go. Zapomniane hasło zostanie przysłane w wiadomości e-mail. Aby zażądać wysłania hasła, klient wybiera opcję „zaloguj”, a następnie wpisuje swój adres e-mail w tabelce „zapomniane hasło” i wciska przycisk „przyślij hasło”.

### **2.1.16 Ustawienia konta**

Klient ma możliwość pełnej edycji swojego konta, począwszy od zmiany adresu e-mail i hasła, na danych adresowych skończywszy. Aby to uczynić należy być zalogowanym do sklepu i wybrać opcję konto.

### **2.1.17 Historia zakupów**

Zamówienia składane przez zalogowanych klientów sklepu są archiwizowane. Klient może przeglądać historię swoich zakupów. Możliwość ta dostępna jest pod ikoną „historia”.

Tabela przedstawiająca dane zlecenie pokazuje:

- datę
- numer zamówienia
- status zamówienia
- wartość brutto
- odnośnik umożliwiający wydrukowanie szczegółów zamówienia

Klikając na odnośnik znajdujący się pod datą przenosimy się do strony prezentującej szczegóły wybranego zamówienia. Strona owa listuje wszystkie zakupione produkty, ich ilość i cenę.

Obserwacje wykazały, iż stali klienci kupują cyklicznie bardzo podobne zestawy produktów. Sklep umożliwia dodanie do koszyka ponownie zestawu artykułów, kupionych już kiedyś w takiej samej ilości. Istnieje również możliwość dodania do koszyka jedynie wybranych artykułów, spośród wylistowanych w historii danej transakcji.

### **2.1.18 Drukowanie zamówień**

Sklep umożliwia wydrukowanie szczegółów danego zamówienia. Opcja ta dostępna jest z poziomu historii zamówień.

Na wydruku znajdują się:

- numer zamówienia
- dane klienta
- produkty zamówione w danym zleceniu

## 2.2 Część dla administratora

Aby dotrzeć do panelu administracyjnego należy wpisać adres `http://adres.serwera.sklepu/admin_index.php`. Po poprawnym zalogowaniu można ujrzeć stronę jak na rysunku:



### 2.2.1 Zmiana oferty sklepu

Firmy prowadzące sklep internetowy z rozbudowaną ofertą rzędu kilku tysięcy artykułów potrzebują posiadać bardzo wygodny i efektywny mechanizm wprowadzania nowych produktów do sklepu, oraz aktualizacji już istniejących. Niedopuszczalna jest sytuacja, kiedy kilka tysięcy artykułów zmienia swoją cenę i administrator spędza tydzień na mozolnej aktualizacji każdego z nich. Przedstawiany sklep wykorzystuje całkowicie nowatorską filozofię zarządzania ofertą sklepu. Całość jest aktualizowana w jednym kroku poprzez import pliku w formacie Microsoft Excel. Jako że format ten jest bardzo popularny, istnieje duże prawdopodobieństwo, iż baza danych w Excelu jest już gotowa we właściwej formie niezależnie od posiadania sklepu.

Struktura danych pliku xls przedstawia się następująco:

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	
	id_produk	Oferta_	Nazwa	Indeks	foto	Podkategoria	Kategoria	Marka	Cena_netto	VAT	Jednostka_miar	Cena_promocyj	Text_promocyj	Opis_dlugi
1			opisowa		(nazwa pliku)									
2	1	1	Papier Poljet 90 A4	305-002-1023	006_1.jpg	Papiery kserograficzne	Papier	IP Kwidzyn	9,57	22%	ryza		Przy zak	Doskonała jakość i reprezentacyjność. Ide
3	2	1	Papier Poljet A4	305-002-1020	006_2.jpg	Papiery kserograficzne	Papier	IP Kwidzyn	13,20	22%	ryza			Prezist i perfekcja w pracy biurowej. Niez
4	3	1	Papier Poljet A3	305-002-1011	006_3.jpg	Papiery kserograficzne	Papier	IP Kwidzyn	26,40	22%	ryza			Prezist i perfekcja w pracy biurowej. Niez
5	4	1	Papier Pollux A4	305-002-1021	006_3.jpg	Papiery kserograficzne	Papier	IP Kwidzyn	11,70	22%	ryza			Profesjonalizm i elegancja w pracy biur
6	5	1	Papier Pollux A3	305-002-1012	006_3.jpg	Papiery kserograficzne	Papier	IP Kwidzyn	23,78	22%	ryza			Profesjonalizm i elegancja w pracy biur
7	6	1	Papier Polspeed A4	305-002-1022	006_4.jpg	Papiery kserograficzne	Papier	IP Kwidzyn	11,10	22%	ryza			Niezawodny w codziennym użytkowaniu.
8	7	1	Papier Polspeed A3	305-002-1013	006_4.jpg	Papiery kserograficzne	Papier	IP Kwidzyn	21,91	22%	ryza			Niezawodny w codziennym użytkowaniu.
9	8	1	Papier Pollux z 2 dziurkami	A 305-002-1010	007_1.jpg	Papiery kserograficzne	Papier	IP Kwidzyn	12,72	22%	ryza			Fabrycznie dziurkowany. Zapewnia bezaw
10	9	1	Papier Pollux z 4 dziurkami	A 305-002-1045	007_2.jpg	Papiery kserograficzne	Papier	IP Kwidzyn	12,72	22%	ryza			Fabrycznie dziurkowany. Zapewnia bezaw
11	10	1	Papier kolorowy Trophée błę	305-002-2030	007_3.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Emerson	tel.	22%	ryza	tel.	Przy zak	Papier do kserokopiarek i drukarek. Form
12	11	1	Papier kolorowy Trophée goł	305-002-2110	007_3.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Emerson	tel.	22%	ryza			Papier do kserokopiarek i drukarek. Form
13	12	1	Papier kolorowy Trophée brąz	305-002-2004	007_3.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Emerson	tel.	22%	ryza			Papier do kserokopiarek i drukarek. Form
14	13	1	Papier kolorowy Trophée krer	305-002-2021	007_3.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Emerson	tel.	22%	ryza			Papier do kserokopiarek i drukarek. Form
15	14	1	Papier kolorowy Trophée mar	305-002-2026	007_3.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Emerson	tel.	22%	ryza			Papier do kserokopiarek i drukarek. Form
16	15	1	Papier kolorowy Trophée jas	305-002-2005	007_3.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Emerson	tel.	22%	ryza			Papier do kserokopiarek i drukarek. Form
17	16	1	Papier kolorowy Trophée zół	305-002-2006	007_3.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Emerson	tel.	22%	ryza			Papier do kserokopiarek i drukarek. Form
18	17	1	Papier kolorowy Trophée zół	305-002-2015	007_3.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Emerson	tel.	22%	ryza			Papier do kserokopiarek i drukarek. Form
19	18	1	Papier kolorowy Trophée ziel	305-002-2018	007_3.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Emerson	tel.	22%	ryza			Papier do kserokopiarek i drukarek. Form
20	19	1	Papier kolorowy Trophée szai	305-002-2022	007_3.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Emerson	tel.	22%	ryza			Papier do kserokopiarek i drukarek. Form
21	20	1	Papier kolorowy Trophée loso	305-002-2003	007_3.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Emerson	tel.	22%	ryza			Papier do kserokopiarek i drukarek. Form
22	21	1	Papier kolorowy Trophée lila	305-002-2012	007_3.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Emerson	tel.	22%	ryza			Papier do kserokopiarek i drukarek. Form
23	22	1	Papier kolorowy Trophée różc	305-002-2027	007_3.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Emerson	tel.	22%	ryza			Papier do kserokopiarek i drukarek. Form
24	23	1	Papier kolorowy Trophée pias	305-002-2002	007_3.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Emerson	tel.	22%	ryza			Papier do kserokopiarek i drukarek. Form
25	24	1	Papier kolorowy Trophée czei	305-002-2013	007_3.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Emerson	tel.	22%	ryza			Papier do kserokopiarek i drukarek. Form
26	25	1	Papier kolorowy Trophée błę	305-002-2023	007_3.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Emerson	tel.	22%	ryza			Papier do kserokopiarek i drukarek. Form
27	26	1	Papier kolorowy Trophée mgł	305-002-2010	007_3.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Emerson	tel.	22%	ryza			Papier do kserokopiarek i drukarek. Form
28	27	1	Papier kolorowy Trophée ston	305-002-2011	007_3.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Emerson	tel.	22%	ryza			Papier do kserokopiarek i drukarek. Form
29	28	1	Papier kolorowy Trophée rżc	305-002-2014	007_3.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Emerson	tel.	22%	ryza			Papier do kserokopiarek i drukarek. Form
30	29	1	Papier kolorowy Trophée wśr	305-002-2016	007_3.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Emerson	tel.	22%	ryza			Papier do kserokopiarek i drukarek. Form
31	30	1	Papier kolorowy Trophée ziel	305-002-2017	007_3.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Emerson	tel.	22%	ryza			Papier do kserokopiarek i drukarek. Form
32	31	1	Papier kolorowy Trophée fiole	305-002-2019	007_3.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Emerson	tel.	22%	ryza			Papier do kserokopiarek i drukarek. Form
33	70	1	Papier kolorowy IQ Color 80	305-002-2113	008_1.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Europapier	32,88	22%	ryza			Papier kolorowy w szerokiej gamie kolor
34	71	1	Papier kolorowy IQ Color 80	305-002-1046	008_1.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Europapier	32,88	22%	ryza			Papier kolorowy w szerokiej gamie kolor
35	72	1	Papier kolorowy IQ Color 80	305-002-1047	008_1.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Europapier	32,88	22%	ryza			Papier kolorowy w szerokiej gamie kolor
36	73	1	Papier kolorowy IQ Color 80	305-002-1048	008_1.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Europapier	32,88	22%	ryza			Papier kolorowy w szerokiej gamie kolor
37	74	1	Papier kolorowy IQ Color 80	305-002-1049	008_1.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Europapier	45,54	22%	ryza			Papier kolorowy w szerokiej gamie kolor
38	75	1	Papier kolorowy IQ Color 80	305-002-1045	008_1.jpg	Papiery kolorowe	Papier	Europapier	45,54	22%	ryza			Papier kolorowy w szerokiej gamie kolor

Każdy produkt jest reprezentowany przez jedną linijkę w tabelce. Kolejne kolumny przedstawiają:

- id\_produk – unikalny numer artykułu w sklepie, będzie się do niego można odwoływać w plikach xls związanych z ograniczaniem i rozszerzaniem oferty oraz rabatami
- oferta\_podstawowa – określa czy produkt jest standardowo dostępny, czy też będzie oferowany jedynie jako rozszerzenie oferty
- nazwa\_opisowa
- indeks
- foto – nazwa pliku ze zdjęciem dla produktu
- podkategoria
- kategoria
- marka
- cena
- VAT – podatek
- pola specyficzne zawierające opis atrybutów produktu – różne w zależności od upodobań i potrzeb posiadacza sklepu, przykładem może być „jednostka\_miar”
- cena\_promocyjna – pole wypełniane tylko w przypadku promocji związanej ze zmianą ceny
- tekst\_promocyjny – pole wypełnione oznacza promocję na dany artykuł, zawartość pola zawiera opis promocji
- opis\_dlugi – szczegółowy opis produktu

Import dużego pliku może trwać nawet kilka minut, związane jest to z przepustowością łącza administrator-sklep, oraz szybkością

serwera, który musi przeanalizować dane zawarte w pliku, stworzyć strukturę kategorii i umieścić wszystko na serwerze baz danych MySQL.

Po udanej aktualizacji oferty sklepu należy przenieść na serwer pliki graficzne przedstawiające wygląd nowo dodanych artykułów. W związku z tym, iż liczba plików ze zdjęciami może być znaczna, sklep nie posiada własnych mechanizmów na przenoszenie poszczególnych zdjęć. Do tego celu administrator musi użyć np. programu FTP, SCP, SFTP, lub innego gwarantującego przesyłanie plików na serwer. Miejsce, w którym sklep oczekuje na zdjęcia jest ustalone w konfiguracji (patrz pkt 4.5), domyślnie jest to katalog „foto/”.

Sklep posiada rozbudowane mechanizmy sprawdzania poprawności danych zawartych w importowanym pliku xls. Przykładem błędów może być puste pole kategoria, lub nieprawidłowa cena, itp.

W przypadku wykrycia błędu w danym wierszu, produkt nie będzie włączony do sklepu, a szczegółowa informacja o rodzaju błędu oraz lokalizacji (numer komórki) w pliku jest wyświetlana na ekran. W przypadku dużej ilości błędów (ponad 10% całości oferty) sklep nie akceptuje podanego pliku i prosi o poprawienie go, baza danych sprzed nieudanej aktualizacji pozostaje niezmienną.

### 2.2.2 Ustawienia rabatów dla wybranych klientów

Sklep umożliwia ustalenie cen specjalnych dla wybranych klientów. Specjalizowane cenniki dla konkretnych klientów administrator sklepu przygotowuje w osobnym pliku w formacie Microsoft Excel. Struktura danych w arkuszu kalkulacyjnym przedstawia się następująco:

	A	B	C	I
1	Id produktu	1	2	
2	1	14,5	55,43	
3	2	34,6		
4	3		44,44	
5	4		44,44	

Pierwsza kolumna zawiera unikalny numer produktu, znany z pierwszej kolumny oferty sklepu (patrz pkt 2.2.1). Pierwszy wiersz zaś zawiera numery klientów (które można zobaczyć w spisie klientów patrz pkt 2.2.4) Na przecięciu się odpowiednich kolumn (czyli klientów) i wierszy (czyli produktów) można wyspecyfikować nową cenę. Puste miejsce oznacza, iż dany produkt dla danego klienta ma standardową cenę. Nie ma wymogu, aby w pliku z rabatami znajdowały się wszystkie produkty, należy wpisać tam jedynie te, które u przynajmniej jednego klienta mają inną cenę. Podobnie rzecz się ma z klientami, w pliku powinni znajdować się jedynie ci, którzy mają rabat chociaż na jeden produkt.

Po przygotowaniu odpowiedniego pliku xls, należy wybrać z menu opcję „ustaw rabaty” i zaimportować plik. Sklep posiada mechanizmy sprawdzania poprawności danych w sklepie, nie pozwoli na przykład na wpisanie nieistniejącego numeru klienta, lub nieistniejącego numeru produktu.

### 2.2.3 Ograniczenia i rozszerzenia oferty dla specyficznych klientów

Sklep umożliwia pokazywanie wybranym klientom spersonalizowanych ofert produktów, różnych od oferty standardowej. Oferta standardowa jest dla klientów niezalogowanych oraz dla klientów bez ofert specjalizowanych, obejmuje ona produkty, które są oznaczone w kolumnie „oferta standardowa” w pliku xls z ofertą sklepu. Po zastosowaniu ograniczeń o rozszerzeń oferty jest sytuacja, gdy dany klient będzie miał dodatkowe produkty w porównaniu z ofertą standardową. Możliwe jest także ograniczenie oferty, wtedy dany klient będzie miał mniejszy wybór niż klienci z ofertą standardową.

Ustawianie ograniczeń oraz rozszerzeń oferty odbywa się również za pomocą importu pliku xls. Struktura danych w arkuszu kalkulacyjnym jest podobna do struktury pozwalającej na ceny rabatowe, patrz rysunek:

	A	B	C
1	Id produktu	1	2
2	1		0
3	2	0	
4	3		0
5	5		1

Pierwsza kolumna zawiera unikalny numer produktu, znany z pierwszej kolumny oferty sklepu (patrz pkt 2.2.1). Pierwszy wiersz zaś zawiera numery klientów (które można zobaczyć w spisie klientów patrz pkt 2.2.4) Na przecięciu się odpowiednich kolumn (czyli klientów) i wierszy (czyli produktów) należy wpisać 1 dla produktów, które mają być dostępne, oraz 0 dla produktów, które mają być niedostępne. Pola puste oznaczają dostępność zgodną z polem „oferta\_standardowa” w pliku z ofertą sklepu.

Po przygotowaniu odpowiedniego pliku xls, należy wybrać z menu opcję „Ogranicz/Rozszerz ofertę” i zaimportować plik. Sklep posiada mechanizmy sprawdzania poprawności danych w sklepie, nie pozwoli na przykład na wpisanie nieistniejącego numeru klienta, lub nieistniejącego numeru produktu.

### 2.2.4 Lista klientów

Administrator ma możliwość wglądu w listę klientów, którzy posiadają konta w sklepie. Po wybraniu opcji „lista klientów” sporządzony zostaje spis wszystkich kont w sklepie. Ważną informa-



cją, którą można tu znaleźć jest numer klienta za pomocą, którego można jednoznacznie identyfikować go w plikach xls z ograniczeniami/rozszerzeniami oraz z rabatami. Stąd można także dotrzeć do szczegółowych informacji o danym kliencie.

### **2.2.5 Ustawienia limitów wydatków dla klientów korporacyjnych**

Często zdarza się, iż jakaś firma stale zaopatruje się w danym sklepie internetowym. Przykładem może być limit dla firmy, która posiada miesięczny budżet przeznaczony na tego rodzaju wydatki i niewskazane jest przekroczenie tego limitu. Sklep oferuje możliwość przypominania, iż na dany miesiąc klient wydał więcej niż dany limit zakłada. Przekroczenie limitu nie uniemożliwia dalszych zakupów, jest tylko związane z odpowiednim ostrzeżeniem. Aby administrator sklepu mógł ustawić limit zakupów wybiera opcje „Ustawianie limitów zakupów” i w polu przy wybranym kliencie wpisuje odpowiednią kwotę limitu.

### **2.2.6 Wysłanie informacji dla klientów do odczytania przez stronę WWW**

Administrator może wysłać komunikat do wybranych klientów posiadających konto w sklepie. Komunikat ten będzie możliwy do odczytania po zalogowaniu do sklepu. Informacja o tym będzie widoczna na pasku stanu u klienta.

Aby wysłać taką informację administrator musi wybrać opcje „komunikat dla klientów” z menu, oraz wybrać, do których klientów ma być skierowana wiadomość.

### **2.2.7 Wysłanie komunikatów dla klienta lub grupy klientów za pomocą poczty elektronicznej.**

Sklep oferuje administratorowi możliwość wysyłania informacji za pomocą poczty elektronicznej. Jeden list może być adresowany do dowolnej liczby klientów posiadających konta w sklepie. List do wszystkich klientów tworzy tzw. *newsletter*. Taki *newsletter* może być wysyłany przez administratora cyklicznie i informować na przykład o promocjach, nowościach, itp.

Aby wysłać komunikat administrator wybiera z menu opcje: „Wyślij E-mail”. Pojawia się wtedy tabelka ze wszystkimi klientami posiadającymi konto, tam zaznaczając *checkboxy* wybiera się klientów, do których przesyłka ma dotrzeć. Po zatwierdzeniu, przechodzi się na stronę gdzie wpisuje się tu tył wiadomości oraz jej treść, i przyciskiem „wyślij” wysyła.

### **2.2.8 Ustawianie statusów zamówień**

Każde złożone zamówienie może być w jednym z czterech statusów:

- w realizacji – status wstępny

- częściowo zrealizowany
- anulowany
- zrealizowany

Administrator sklepu zmienia status zamówienia w zależności od postępu realizacji zamówienia. Klient może zorientować się jaki status ma jego zamówienie na stronie z historią zamówień.

### **2.2.9 Lista najlepiej sprzedających się produktów**

Do celów marketingowych bardzo cenną informacją są statystyki najlepiej sprzedających się produktów. Sklep umożliwia sporządzanie takich zestawień. Aby z nich skorzystać należy wybrać opcję „najlepiej sprzedające się produkty”. Okres czasu, dla którego sporządzane są te statystyki jest zdefiniowany w pliku konfiguracyjnym (patrz pkt 4.5)

### **2.2.10 Lista najlepszych klientów**

Podobnie, jak lista najczęściej kupowanych produktów w sklepie istotną informacją, na przykład przy różnych systemach lojalnościowych, może być statystyka najaktywniejszych klientów. Sklep umożliwia sporządzenie listy klientów, którzy poczynili zakupy za największe kwoty. Statystyki można zobaczyć wybierając opcję „najlepsi klienci”. Okres czasu, dla którego sporządzane są te jest zdefiniowany w pliku konfiguracyjnym (patrz pkt 4.5).

## **3. Bezpieczeństwo sklepu**

### **3.1 Protokoły http i https**

Sklep jest dostosowany do pracy zarówno jako przy dostępie za pomocą protokołu http, jak i https gwarantującym szyfrowane połączenia. Zmiana protokołu jest całkowicie przezroczysta dla sklepu i nie wymaga żadnych czynności konfiguracyjnych w sklepie.

### **3.2 Sprawdzanie poprawności**

W sklepie zastosowano podwójne sprawdzanie poprawności danych wprowadzonych do formularzy. Pierwsze sprawdzanie następuje po stronie przeglądarki internetowej. W przypadku celowego działania mającego na celu wprowadzenie niepożądanych danych z ominięciem sprawdzania po stronie przeglądarki sklep powtórnie wykonuje sprawdzanie na serwerze i w razie potrzeby informuje o błędach.

### 3.3 Ochrona zalogowanych klientów

Informacje o zalogowanych aktualnie klientach są zaimplementowane z użyciem tzw. mechanizmu sesji. Gwarantuje to brak możliwości podszycia się za kogoś na przykład podpatrując link widniejący w przeglądarce i próby wpisania go do swojej.

### 3.4 Silnik sklepu poza katalogiem WWW

Sklep można skonfigurować w taki sposób, aby w katalogu dostępnym przez WWW, znajdowało się jedynie kilka plików związanych ze sklepem (nie licząc plików graficznych). Cała reszta natomiast może znajdować się w innym „bezpiecznym” miejscu. Sposób ten chroni przed niektórymi typami ataków tzw. „cross-site scripting”. Odpowiednie ustawienia zawarte są w pliku konfiguracyjnym (patrz pkt. 4.5)

## 4. Wdrożenie sklepu

Dostawca sklepu zapewnia, iż w cenie produktu wliczone są podstawowe czynności związane z dostosowaniem, konfiguracją, oraz instalacją sklepu na wskazanym przez odbiorcę serwerze.

### 4.1 Wymagania sprzętowe serwera

- preferowany system operacyjny Linux
- preferowany serwer WWW Apache
- PHP w wersji co najmniej 4.1
- Perl w wersji co najmniej 5.0
- biblioteki do perla
  - IO-stringy-2.108
  - OLE-Storage\_Lite-0.11.tar.gz
  - Unicode-Map-0.112.tar.gz
- MySQL w wersji co najmniej 3.23.xx
- serwer pocztowy

### 4.2 Wymagania sprzętowe klienta sklepowego

- przeglądarka Internet Explorer w wersji 5.0 lub wyższej, lub Netscape Navigator w wersji 6.0 lub wyższej. (inne przeglądarki powinny umożliwić korzystanie ze sklepu jednakże bez kilku udogodnień)
- posiadanie adresu poczty elektronicznej

### 4.3 Wymagania sprzętowe administratora sklepu

- dowolna przeglądarka internetowa (zalecane: Internet Explorer w wersji 5.0 lub wyższej, lub Netscape Navigator w wersji 6.0 lub wyższej)
- Microsoft Excel w wersji co najmniej 97
- adres poczty elektronicznej, na który będą przychodziły zamówienia

### 4.4 Dostosowanie sklepu

Dostawca zapewnia, iż bez dodatkowych opłat podmieni pliki graficzne sklepu (banner, ikony, przyciski oraz tło) na dostarczone przez odbiorcę, co pozwoli na ewentualne ujednoczenie wyglądu sklepu z innymi witrynami WWW odbiorcy. Bardziej zaawansowane operacje związane ze zmianą grafiki mogą podlegać osobnym negocjacjom.

Dostawca zapewnia, iż bez dodatkowych opłat ustali listę parametrów produktów związanych ze specyfiką działalności nabywcy sklepu. Przykłady parametrów: moc silnika, wersja nadwozia dla sklepu oferującego samochody. Po ustaleniu listy parametrów nastąpi zmiana układu danych w pliku xls, oraz zmiany sklepu do obsługi nowych danych.

### 4.5 Konfiguracja sklepu

Sklep posiada plik konfiguracyjny, który pozwala na wyspecyfikowanie parametrów umożliwiających uruchomienie. W pliku tym znajdują się informacje typu:

- adres serwera baz danych MySQL
- login do serwer baz danych MySQL
- hasło do serwer baz danych MySQL
- nazwa bazy na serwerze baz danych MySQL
- adres e-mail administratora sklepu (na ten adres będą przychodzić zamówienia)
- przedział czasu dla wyliczeń najlepszych klientów
- przedział czasu dla wyliczeń najlepszych produktów
- inne

### 4.6 Instalacja sklepu

Dostawca sklepu zapewnia instalację sklepu na wskazanym serwerze, na którym zainstalowane jest oprogramowanie wyszczególnione w pkt 4.1, po otrzymaniu wymaganych haseł dostępu.

## 5. Referencje

### 5.1 Wersja demonstracyjna

Wersje demonstracyjną sklepu można zobaczyć pod adresem:

- <http://sklep.kapitanat.one.pl/> - część dla klienta
- [http://sklep.kapitanat.one.pl/admin\\_index.php](http://sklep.kapitanat.one.pl/admin_index.php) - część dla administratora

### 5.2 Działające instalacje

W chwili obecnej z działania sklepu zadowolone są następujące firmy:

- Canson Polska  
<http://www.canson.pl/>
- Siec Hurtowni Forta  
<http://www.sklep.forta.pl/>
- KTS  
<http://www.legal.com.pl/kts/>
- Resgraph  
<http://www.legal.com.pl/resgraph/>
- biuromarket  
<http://www.legal.com.pl/biuromarket/>