



Strada George Constantinescu Nr 2C, Cod 020339
Etaj 5 & 6, Sector 2, București, Romania
Tel: 021 232 1039 Fax: 021 232 1068
Număr Inregistrare R.C. J40/10148/1993
C.U.I. RO 3939511



Titlul proiectului: DEZVOLTAREA SOLUTIEI E-MALL IN CADRUL S.C. RADCOM S.R.L.

Cod SMIS: 46834 / Contract de finantare: nr. 939/332/01.10.2013

BENEFICIAR: RADCOM S.R.L.

Procedura aplicata: Procedura simplificata aplicabila beneficiarilor privati de proiecte finantate din instrumente structurale, obiectivul „Convergenta”

Locul depunerii ofertelor: Sediul RADCOM SRL, Bucuresti, Str. George Constantinescu Nr. 2C, Cladirea Multigalaxy II, Etaj 6, Sector 2

Invitatie de participare pentru selectia de oferte

- Solutie Tehnica -

Ofertantul este obligat sa ataseze ofertei pe care o depune Certificatul constatator de la Registrul Comertului – original sau copie conforma cu originalul. Totodata ofertantul va depune si o copie conforma cu originalul a Certificatului de inregistrare la Registrul Comertului.

Clarificari se pot solicita pe adresa de e-mail: office@radcom.ro (specificand numele proiectului), cu minim trei zile inainte de depunerea ofertelor.

Oferta trebuie sa fie datata, semnata si stampilata pe fiecare pagina de catre reprezentantul legal.

CUPRINS

1. Cerinte privind solutia tehnica

1.1 Cerinte generale:

1.1a Cerinte de design

Design-ul trebuie sa fie unitar – trebuie definite stiluri unitare de prezentare a paginilor portalului si formate standard de pagina. Design-ul trebuie sa fie optimizat in vederea incarcarii rapide a paginilor, asigurandu-se incarcarea cu prioritate a continutului relevant, pentru utilizatorii cu conexiuni lente la Internet.

Interfata utilizator trebuie sa fie intuitiva si ergonomica, multilingva, disponibila cel putin in limbile romana si engleza. Dimensiunea fonturilor utilizate trebuie sa fie scalabila, fiind necesar un mecanism adecvat de marire / micsorare a acestora.

Portalul trebuie sa fie conceput astfel incat sa poata fi vizualizat si prin intermediul dispozitivelor mobile (telefoane mobile, tablete etc). Pentru toate paginile web ale portalului, cu exceptia celor 3D, trebuie sa poata fi generata versiunea pentru tiparire.

Aplicatia de portal trebuie sa efectueze validarea datelor introduse de catre utilizatori (numerice, alfanumerice etc). In cazul in care datele introduse de utilizator nu sunt valide, aplicatia trebuie sa avertizeze vizual utilizatorul si sa ofere informatii utile pentru introducerea de date valide.

Portalul trebuie sa fie optimizat cel putin pentru browser-ele Internet Explorer, Mozilla Firefox, Opera, Google Chrome.

1.1b Cerinte de performanta

Paginile portalului trebuie sa se incarce intr-un interval de timp mai mic de 5 secunde. Portalul trebuie sa suporte perioade lungi de trafic intens, cu un numar mediu de cel putin 2.000 de utilizatori concurenti. De asemenea, portalul trebuie sa aiba capacitatea de a raspunde intr-un timp rezonabil unui numar de cel putin 300.000 utilizatori unici pe luna. Aplicatia de portal trebuie sa fie robusta si sa permita procesarea unor volume mari de date intr-un interval de timp util.

Portalul trebuie sa asigure suport pentru furnizarea de fluxuri audio si video; aceasta cerinta este detaliata in capitolul „backend”.

Portalul trebuie sa fie optimizat pentru indexarea eficienta de catre motoarele de cautare (SEO – Search Engine Optimization).

1.1c Cerinte de scalabilitate

Portalul trebuie sa fie scalabil, adica sa permita cu usurinta si fara diminuarea performatelor tehnice adaugarea de magazine online noi, respectiv de produse noi in magazinele online si orice alte date suplimentare care vor fi considerate necesare (se are in vedere cresterea volumului de date, nu adaugarea de functionalitati noi fata de cele oferite de solutia de portal). De asemenea, portalul trebuie sa permita adaugarea de echipamente hardware aditionale, pentru cresterea ulterioara a performatelor aplicatiei.

1.2 Prevederi de securitate

Aplicatia de portal trebuie sa respecte legislatia din Romania.

- Legea nr. 677 din 21 noiembrie 2001 pentru protectia persoanelor cu privire la prelucrarea datelor cu caracter personal si libera circulatie a acestor date, cu modificările si completările ulterioare
- Legea nr. 506 din 17 noiembrie 2004 privind prelucrarea datelor cu caracter personal si protectia vietii private în sectorul comunicatiilor electronice, cu modificările si completările ulterioare

Autentificarea utilizatorilor trebuie sa se faca o singura data. Portalul trebuie sa asigure confidentialitatea informatiilor – utilizatori, tranzactii etc.

Evenimentele din portal trebuie sa fie jurnalizate, astfel incat administratorul portalului sa poata obtine informatii necesare in cazul unui audit de securitate (informatii despre utilizatori, inregistrari, autentificari, status comenzi). De asemenea, administratorul portalului trebuie sa poata fi avertizat prin diverse mijloace (email, SMS) de aparitia unor probleme in portal (Problem Notification).

Portalul trebuie sa aiba proceduri sigure de salvare si recuperare a datelor, capabile sa asigure restabilirea rapida a functionalitatilor in cazul unei avarii accidentale.

Mecanismele de securitate trebuie implementate pe mai multe niveluri – sistem de operare, acces în rețea, aplicație, bază de date.

1.3 Gazduire aplicatii

Gazduirea aplicatiei de portal va fi asigurata de catre Beneficiar.

2 Arhitectura aplicatiilor

Utilizatorii care acceseaza e-mall-ul vor avea parte de o experienta inedita atat 3D, cat si 2D.

La accesarea site-ului de pe un sistem desktop, clientul va fi transpus într-o platforma 3D person, se va afla în fata unui „mall” si va putea avea o viziune de ansamblu asupra „cladirii / fatadei”. Experienta virtuala în formatul 3D se va asemana celei din „Second life” sau „Google street view”.

Aici cumparatorul va observa exact ca în realitate bannere, cu reclame si oferte promotionale. Acestea vor fi dinamice cu diferite dimensiuni. Vizitatorul va putea explora culorile „mall-ului”.

La intrarea în clădire se vor „deschide” doua usi iar vizitatorul va fi reprezentat de un cos de cumparaturi în format „front view”.

Din interfata clientul va avea posibilitatea sa consulte o harta a „mall-ului”.

Pentru a usura activitatea de cumparare, user-ul va putea trece direct în format 2D la intrarea în portal si va fi îndrumat către o interfata de unde va putea sa selecteze produse si magazine.

În interfata 3D vor fi disponibile mai multe optiuni de administrare ale contului si ale cumparaturilor cat si pentru înregistrare:

- harta mica mall (pozitionata într-un colt) care la click devine harta mare cu functionalitati
- Autentificare / înregistrare; după autentificare, sectiunea devine Contul Meu / deconectare:
 - Date personale
 - Activitate

- Istoric comenzi
- Produse comandate recent
- Wish List
- Magazine preferate
- Magazine (implicit ordinea depinde de pretul platit de magazin pentru pozitie in cadrul portalului):
 - Magazine noi
 - Cele mai accesate
 - Review
- Produs + filtrare = afisarea rezultatelor intr-o fereasta adiacenta
 - căutare
 - comparator
 - top sale
 - produse recomandate
 - sectiune review
- Oferte speciale
- Cum cumpar
- Forum
- Intrebari frecvente

Cele descrise mai sus vor fi cuprinse intr-un meniu in partea stanga a ecranului, care va avea optiune de „ascundere”.

2.1 Arhitectura functionala

Portalul web trebuie sa aiba cel putin urmatoarele functionalitati generale:

- **meniu general** – conform cu descrierea generala
- **magazine online** – trebuie sa existe o pagina de start generala (homepage), in care sa fie afisate magazinele considerate reprezentative pentru portal, respectiv magazinele online care platesc portalului anumite sume pentru promovare; trebuie sa existe filtrare cel putin dupa categorie magazin; fiecare magazin trebuie sa aiba propria pagina de start si propriile pagini de prezentare produse;
- **sectiune inregistrare / autentificare** – in aceasta sectiune utilizatorii noi se vor putea inregistra, adica isi vor putea crea un cont virtual cu ajutorul caruia vor putea efectua online achizitii de produse si servicii; de asemenea, tot aici utilizatorii deja inregistrati

se vor putea autentifica, astfel incat sa poata efectua online achizitii de produse si servicii;

- **sectiune magazine noi** – in aceasta sectiune vor fi prezentate cele mai noi magazine online integrate in portal, cu legaturi directe catre paginile din portal dedicate acestora; numarul de intrari afisate in aceasta sectiune trebuie sa fie parametrizabil; trebuie sa existe posibilitate de filtrare cel putin dupa categorie si perioada;
- **sectiune „cele mai accesate” pentru magazine** – in aceasta sectiune vor fi prezentate cele mai accesate magazine online din portal, adica magazinele online din portal cu numarul cel mai mare de vizitatori unici pentru o perioada de timp parametrizabila (ultimele 24 de ore, ultimele 3 zile, ultima saptamana, ultima luna etc); numarul de intrari afisate in aceasta sectiune trebuie sa fie parametrizabil; trebuie sa existe posibilitate de filtrare cel putin dupa categorie si perioada;
- **sectiune top sales** – in aceasta sectiune vor fi prezentate cele mai cumparate produse si servicii din portal, adica acele produse si servicii care au fost cele mai achizitionate intr-o perioada de timp parametrizabila (ultimele 24 de ore, ultimele 3 zile, ultima saptamana, ultima luna etc); produsele vor avea legaturi directe catre paginile dedicate lor, simplificand astfel procesul de achizitie pentru o noua comanda online; numarul de intrari afisate in aceasta sectiune trebuie sa fie parametrizabil; trebuie sa existe posibilitate de filtrare cel putin dupa categorie si perioada;
- **sectiune oferte speciale** – in aceasta sectiune vor fi prezentate ofertele speciale din portal; ordinea de afisare a ofertelor speciale va depinde de suma platita de catre firma din spatele magazinului online pentru pozitia respectiva; ofertele speciale vor avea legaturi directe catre paginile dedicate, simplificand astfel procesul de achizitie pentru o noua comanda online; numarul de intrari afisate in aceasta sectiune trebuie sa fie parametrizabil; trebuie sa existe posibilitate de filtrare cel putin dupa categorie si perioada;
- **sectiune recomandari (user logat/nelogat)** – in aceasta sectiune, utilizatorii neautentificati si utilizatorii autentificati care nu au plasat comenzi pana la acel moment vor vedea recomandari generale de produse si servicii din portal, iar utilizatorii autentificati care au plasat deja comenzi vor vedea recomandari de produse si servicii din portal, bazate pe continutul comenzilor plasate anterior (de exemplu, *ai comandat produsul x, te-ar putea interesa si produsul y*), fie din punct de vedere caracteristici

produse, fie bazat pe regiunea geografica din care au provenit produsele comandate anterior; numarul de intrari afisate in aceasta sectiune trebuie sa fie parametrizabil;

- **sectiune produse comandate recent** – in aceasta sectiune, utilizatorii autentificati care au plasat deja comenzi vor vedea ultimele produse si servicii achizitionate, iar utilizatorii neautentificati si utilizatorii autentificati care nu au plasat comenzi pana la acel moment nu vor vedea aceasta sectiune; numarul de intrari afisate in aceasta sectiune trebuie sa fie parametrizabil;
- **sectiune intrebari frecvente** – in aceasta sectiune vor fi listate intrebarile, considerate de interes general, trimise de catre utilizatori prin formularul de contact, inclusiv raspunsurile date de catre content manager-ul portalului; tot in aceasta sectiune utilizatorii vor avea posibilitatea de a trimite intrebari catre administratorul portalului;
- **sectiune „cum comand?”** – aceasta sectiune va cuprinde un ghid de utilizare a portalului, cu o detaliere a pasilor necesari plasarii unei comenzi (online sau telefonic), astfel incat utilizatorilor (neexperimentati) sa li se arate cat de simplu este sa plaseze o comanda in portal;
- **sectiune cautare** – utilizand aceasta functionalitate, utilizatorii vor putea sa caute magazine, produse si servicii in portal; portalul trebuie sa puna la dispozitia utilizatorilor atat functionalitatea de cautare simpla, prin introducerea unor cuvinte-cheie intr-un camp dedicat, cat si functionalitatea de cautare avansata, prin selectarea unei combinatii de filtre. Functia de cautare simpla trebuie sa ofere facilitatea de completare automata; sa permita cautarea dupa oricate cuvinte, aflate in orice pozitie in rezultatul cautarii.

Rezultatele cautarii trebuie afisate paginat, in ordinea relevantei; ordinea de afisare a rezultatelor cautarii trebuie sa poata fi decisa si in functie de platile facute catre portal de catre magazinele online care doresc ca produsele comercializate prin ele sa fie positionate mai bine fata de concurenta; de exemplu, daca doua magazine online din portal comercializeaza un anumit tip de aparate electrocasnice din aceeasi marca, ordinea de afisare a rezultatelor cautarii dupa tipul de aparat electrocasnic respectiv sau dupa marca producatoare poate fi determinata de plata unei sume de bani, catre portal, de catre unul din cele doua magazine online din portal; fiecare rezultat al cautarii va consta intr-o legatura directa catre pagina care contine termenii cautarii; numarul de rezultate afisate in pagina trebuie sa fie parametrizabil;

- **sectiune contul meu** – aceasta sectiune va putea fi utilizata pentru inregistrarea si respectiv, autentificarea utilizatorilor, dar va fi dedicata administrarii contului virtual al utilizatorilor; in aceasta sectiune, un utilizator isi va putea gestiona datele personale (cu exceptia username-ului, orice informatie va putea fi modificata – parola, informatii personale, date de contact, abonare/dezbonare newsletter, domenii de interes pentru newsletter, notificari de stoc etc); tot in cadrul acestei sectiuni, un utilizator poate vizualiza istoricul comenzilor plasate si starea acestora (trimisa, platita, in procesare, la curier, livrata etc);
- **comparator produse** – in aceasta sectiune vor putea fi comparate produse similare; numarul de produse care pot fi comparate simultan trebuie sa fie parametrizabil;
- **rezumat cos** – pentru un utilizator care a adaugat deja produse in cos, in aceasta sectiune vor fi afisate produsele adaugate in cos; sectiunea trebuie sa fie expandabila; produsele trebuie identificate prin informatii minime; din aceasta sectiune trebuie sa se poata ajunge direct in pagina de cos, astfel incat utilizatorul sa poata sa finalizeze usor comanda in curs;
- **sectiune review-uri** – in aceasta sectiune utilizatorii vor putea scrie parerile referitoare la orice magazin, produs si serviciu din portal si vor putea citi parerile altor utilizatori; aceasta sectiune trebuie moderata de catre content manager-ul portalului; comentariile referitoare la un item vor fi paginate; numarul de comentarii afisate in pagina trebuie sa fie parametrizabil;
- **sectiune vouchere** – in aceasta sectiune, utilizatorii vor putea achizitiona vouchere pe care le vor putea utiliza in portal sau in alte locatii (online sau fizice) si vor putea afla informatii despre voucherele care pot fi utilizate in portal (cu detalii despre magazinele online, produsele si serviciile corespunzatoare, perioada de valabilitate si locatia de unde pot fi procurate);
- **sectiune forum** – in aceasta sectiune utilizatorii vor putea posta comentarii referitoare la subiecte de interes referitoare la portal, altele decat cele din sectiunea dedicata review-urilor;
- **harta site** – aceasta sectiune va prezenta structura portalului si va fi generata dinamic, la cerere sau in urma unei schimbari administrative care a generat o schimbare in structura website-ului; varianta publica a hartii va fi afisata in urma filtrarii elementelor irelevante, conform cu decizia content manager-ului portalului;

- **sectiune ajutor** – in functie de context, utilizatorul va avea acces permanent la instructiunile de utilizare ale aplicatiei de portal;
- **sectiune contact** – in aceasta sectiune, utilizatorii vor putea sa contacteze administratorul portalului prin mai multe mijloace, printre care: email, telefon, formular de contact; tot in aceasta sectiune, reprezentantii firmelor pot contacta administratorul portalului pentru a solicita detalii in vederea colaborarii (realizarea unui magazin online prin care firma respectiva, producatoare sau distribuitoare, sa-si comercializeze produsele).

Portalul trebuie sa ofere utilizatorilor posibilitatea de a achizitiona produse atat prin comanda online, cat si prin comanda telefonica; pentru achizitionarea produselor prin comanda telefonica, portalul trebuie adaptat (simplificat) pentru anumiti utilizatori de tip call-center, astfel incat acestia sa identifice cu usurinta produsele solicitate de clienti si sa poata plasa comenzile intr-un timp foarte scurt. In acest fel, va creste eficienta utilizatorilor de tip call-center si, totodata, va creste numarul de comenzi in portal.

Functionalitatile specifice se adreseaza celor doua directii de interes, si anume companii interesate de colaborare si utilizatori finali.

Companiile interesate de colaborare vor beneficia de realizarea unui magazin online dedicat, de integrarea acestuia in portal, de actualizarea paginilor dedicate magazinului online in functie de schimbarile cerute de reprezentatii companiei respective si de gestionarea comenzilor pentru produsele si serviciile oferite de compania respectiva.

Pentru utilizatori, solutia de portal trebuie sa prevada doua componente:

- sectiune de administrare – accesibila utilizatorilor de tip administrator / content manager;
- sectiune publica – accesibila utilizatorilor de tip cumparator.

Pentru administrator / content manager, portalul trebuie sa asigure urmatoarele functionalitati, detaliate in capitolul „functionalitati ale sistemului”:

- administrare portal – oferte speciale, bannere, review-uri, vouchere
- gestiune utilizatori – creare roluri, acordare drepturi
- gestiune magazin online – adaugare / eliminare produse, oferte speciale, bannere, comenzi.

Pentru cumparatori, portalul trebuie sa ofere urmatoarele functionalitati, detaliate in capitolul „functionalitati ale sistemului”:

- vizitare magazine online in portal
- inregistrare in portal
- editare profil
- abonare / dezabonare si customizare domenii de interes newsletter
- autentificare unica in portal si acces la toate magazinele online
- achizitionare produse si servicii (comanda online si telefonica)
- achizitionare rapida de produse similare celor comandate anterior
- personalizare produse (inscriptionari, mesaj livrare etc)
- wishlist
- cos de cumparaturi unic
- plata unica: online, la livrare, OP
- posibilitate precomanda
- posibilitate rezervari
- posibilitate notificare stoc
- comparator produse
- cerere oferta pentru produse care nu au preturi afisate in magazinele online (formular)
- posibilitate de a pune intrebari (catre content manager portal)
- acces topuri best sales: produs in categorie, pe magazin, pe portal
- acces forum
- sectiune review-uri: pe produse, pe magazine
- oferte speciale
- asistenta online
- vizualizare status si istoric comenzi

- cautare in portal (simpla si avansata)
- achizitionare si utilizare vouchere
- sectiune magazine preferate
- recomandari
- tiparire pagini web
- fidelizare

2.2 Arhitectura tehnica

Solutia trebuie sa fie bazata pe o arhitectura JavaEE (Java Platform, Enterprise Edition) sau echivalent.

Tehnologia aleasa trebuie sa permita dezvoltarea de aplicatii "multitier" si sa standardizeze modul in care sunt accesate resursele unui intreprinderi (baze de date, ERP, CRM, aplicatii interne sau externe, servere de email etc).

Principalele avantaje ale utilizarii tehnologiei alese:

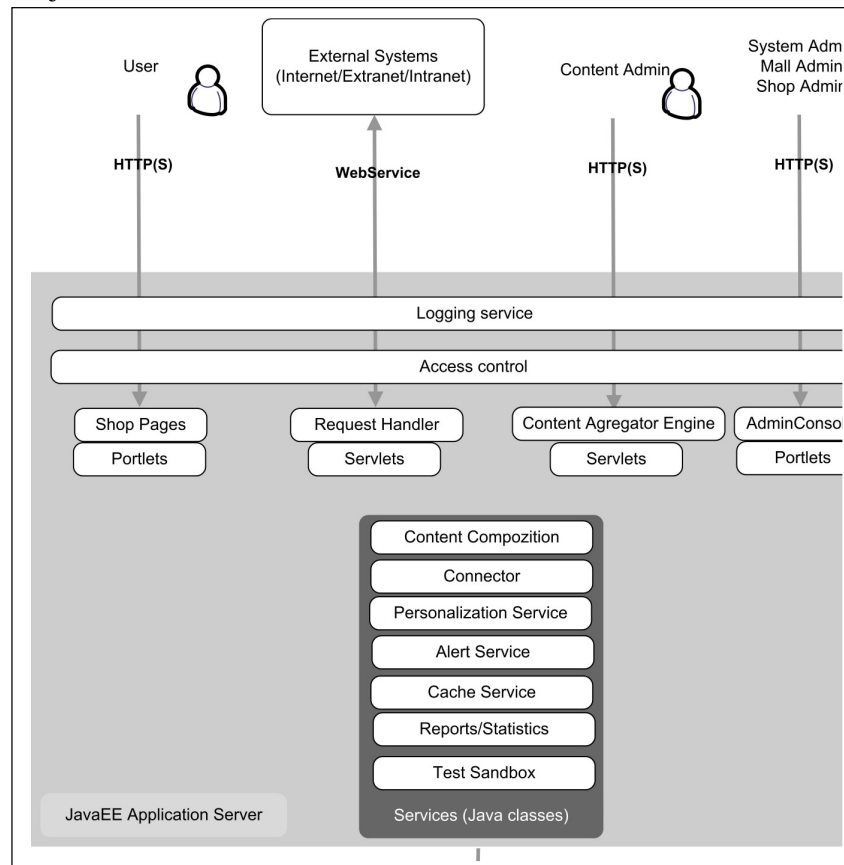
- permite extinderea unei configuratii fara a fi necesara modificarea aplicatiei;
- permite includerea de noi componente ale aplicatiei fara a modifica alte componente;
- exista standarde, tooluri si reguli predefinite care scurteaza ciclurile de dezvoltare si faciliteaza operarea si intretinerea;
- este independenta de platforma hardware;
- are inglobat nativ suport pentru Internet si tehnologiile web;
- suport pentru servicii web (client/server).

Solutia trebuie sa cuprinda cel putin urmatoarele componente:

- server Http;
- server servleti;
- server portleti;
- modul web content management;
- aplicatie magazin-online (mall);
- portleti magazin-online (mall);

- modul gestiune utilizatori;
- modul conector;
- modul statistici si rapoarte;
- modul alerte.

Functionalitatile dorite si modul in care sunt acestea trebuie accesate sunt prezentate in schema de mai jos:



Gestiunea utilizatorilor precum si a schimburilor cu sistemele externe trebuie sa fie facuta aplicand reguli stricte de securitate.

Utilizatorii trebuie sa acceseze portalul in 2 moduri:

- neautentificati in HTTP sau HTTPS,
- autentificati in HTTPS.

Procedura de autentificare trebuie sa comute pe HTTPS.

O tranzactie trebuie sa poata fi realizata doar dupa ce utilizatorul se autentifica.

Toate datele despre utilizatori si tranzactii trebuie pastrate in portal, respectand normele de securitate si legislatia privind protectia datelor personale.

Procedura de inregistrare utilizatori trebuie sa fie flexibila si sa permita folosirea unor conturi create in portal sau a unor alte surse de autentificare alese de utilizatori.

Portalul trebuie sa dispuna de mecanisme de alertare in cazul in care se detecteaza activitati frauduloase.

Trebuie sa fie posibila invalidarea unor conturi sau a accesului de pe anumite IP-uri.

Schimburile cu sistemele externe trebuie executate doar prin tranzactii securizate.

Sistemele externe trebuie sa fie acreditate pentru operatiile pe care le executa (procesare on-line carduri, transfer bancar, folosire vouchere etc).

Schimburile cu sistemele externe trebuie sa poata fi usor extinse (sa poata exista mai multi operatori care executa acelasi tip de operatii, sa poata fi adaugate noi operatii, cum ar fi, de exemplu, plata in rate).

3. Functionalitati ale sistemului

3.1 Functionalitati pentru utilizatori interni

Managementul utilizatorilor si accesul la sistem:

Portalul trebuie sa aiba un modulul de gestiune a utilizatorilor si a drepturilor acestora si sa permita identificarea utilizatorilor in sistem in mod unic. Utilizatorii se caracterizeaza prin:

- *cod unic* – acest cod va identifica fiecare utilizator in mod unic in sistemul informatic;
- *rol* – de exemplu, aplicatia va permite restrictionarea accesului utilizatorilor de tip cumparator la anumite functionalitati si informatii din sistem, care insa trebuie sa fie disponibile pentru utilizatorii de tip administrator / content manager;
- *alte date pentru descrierea utilizatorului* – din aceasta categorie fac parte cel putin datele de contact (adresa, email, telefon) si adresele de livrare.

Pentru utilizatorii portalului trebuie prevazute cel putin urmatoarele roluri, in functie de care sunt stabilite politicile de acces:

- *administrator / content manager*;

- *cumparator*;
- *helpdesk* – operator pentru gestiunea diferitelor sesizari ridicate de utilizatorii de tip cumparator; acest tip de utilizator trebuie sa aiba acces la conturile cumparatorilor;
- *helpdesk* – operator comenzi telefonice.

Administratorul trebuie sa poata face managementul produselor. Gestiunea produselor trebuie sa acopere cel putin urmatoarele capabilitati: adaugarea de produse noi, retragerea produselor care nu mai sunt disponibile, conform cu solicitarile firmelor producatoare/distribuitoare, actualizarea informatiilor referitoare la produse, actualizarea informatiilor referitoare la stocuri, atat cele venite de la producator/distribuator, cat si cele rezultate in urma rezervarii, respectiv comenzilor finalizate. De asemenea, firmele producatoare/distribuitoare trebuie notificate, in timp real, prin metode agreate (email, telefon), cu privire la stocurile existente. Fiecare produs trebuie sa fie afisat intr-o pagina web dedicata din cadrul magazinului online corespunzator; informatiile despre produs trebuie sa cuprinda cel putin caracteristici, pret, imagini, accesorii (acolo unde este cazul), review-uri, produse similare; detaliile despre review-uri si produse similare se regasesc mai jos.

Administratorul portalului trebuie sa aiba acces, in orice moment, la o sectiune dedicata gestiunii comenzilor din portal. In aceasta sectiune, comenzile trebuie sa poata fi filtrate dupa anumite criterii, de tipul status comanda (abandonata, finalizata, in procesare, la curier, platita, livrata, returnata), magazin online (deoarece, desi cosul de cumparaturi este unic, odata cu finalizarea comenzii aceasta trebuie impartita in atatea comenzi cate magazine online diferite trebuie sa livreze produsele din comanda initiala), perioada (ultima zi, ultima saptamana, ultima luna etc). Informatiile referitoare la status-ul comenzilor trebuie afisate si in sectiunea „contul meu”, pentru a fi disponibile utilizatorilor. Trebuie prevazut suficient spatiu fizic pentru stocarea informatiilor referitoare la toate comenzile din portal.

Trebuie sa existe un modul care va permite gestiunea facturilor. Acesta pune la dispozitia administratorului o evidenta a facturilor trimise catre magazinele aferente e-mall-ului.

Aplicatia trebuie sa puna la dispozitia administratorului de portal o sectiune de rapoarte si statistici. Trebuie prevazute cel putin informatii referitoare la:

- portal – disponibilitate, trafic, accesari – numar utilizatori in functie de perioada si sursa accesare (calculator, dispozitiv mobil), timp incarcare pagini, stare echipamente (memorie etc)
- utilizatori – numar total, utilizatori noi in functie de perioada de interes, utilizatori activi (comenzi finalizate intr-o anumita perioada), utilizatori pasivi (ultima comanda finalizata a fost facuta in urma cu o anumita perioada)
- magazine online din portal – numar total, magazine noi in functie de perioada de interes, magazine retrase
- produse – numar total, produse noi in functie de perioada de interes, topuri de vanzare, topuri de accesare informatii despre produs
- comenzi – numar total, situatie pe magazine, filtrari dupa status (abandonata, finalizata, in procesare, la curier, platita, livrata, returnata), filtrari dupa perioada de interes, filtrari dupa categorii (online, telefonice), comenzi efectuate din accesare bannere, comenzi efectuate din newsletter, comenzi cu oferte speciale, comenzi cu vouchere, comenzi efectuate din recomandari, comenzi efectuate din top sales, filtrare dupa tipul platii
- precomenzi
- rezervari
- newsletter – abonari / dezabonari (total utilizatori, filtrare in functie de perioada)
- utilizare comparator produse
- notificari de stoc – produse, numar utilizatori care au solicitat notificare, dezabonare, filtrare dupa perioada

Portalul trebuie sa puna la dispozitia fiecarui administrator de magazin online o sectiune in cadrul magazinului online propriu dedicata gestiunii magazinului online. Aceasta sectiune trebuie sa fie accesibila numai anumitor tipuri de utilizatori, cu drepturi de acces (administrator de magazin, administrator de portal). In aceasta sectiune, utilizatorii cu drepturi de acces trebuie sa aiba la dispozitie o interfata cu cel putin urmatoarele functionalitati : adaugare / eliminare produse, gestiune stocuri, gestiune comenzi, rapoarte si statistici.

Sectiune de rapoarte si statistici dedicata magazinului online trebuie sa puna la dispozitia administratorului de magazin cel putin informatii referitoare la:

- magazinul online – disponibilitate, trafic, accesari – numar utilizatori in functie de perioada si sursa de accesare (calculator, dispozitiv mobil), timp incarcare pagini, stare echipamente (memorie etc)
- utilizatori – numar total, utilizatori noi in functie de perioada de interes, utilizatori activi (comenzi finalizate intr-o anumita perioada), utilizatori pasivi (ultima comanda finalizata a fost facuta in urma cu o anumita perioada)
- produse – numar total, produse noi in functie de perioada de interes, topuri de vanzare, topuri de accesare informatii despre produs
- comenzi – numar total, filtrari dupa status (abandonata, finalizata, in procesare, la curier, platita, livrata, returnata), filtrari dupa perioada de interes, filtrari dupa categorii (online, telefonice), comenzi efectuate din accesare bannere, comenzi efectuate din newsletter, comenzi cu oferte speciale, comenzi cu vouchere, comenzi efectuate din recomandari, comenzi efectuate din top sales, filtrare dupa tipul platii
- precomenzi
- rezervari
- utilizare comparator produse
- notificari de stoc – produse, numar utilizatori care au solicitat notificare, dezabonare, filtrare dupa perioada

3.2 Functionalitati pentru utilizatori externi

Utilizatorii de tip cumparator trebuie sa aiba la dispozitie un website cu o varietate de produse si servicii, pe care sa le achizitioneze prin comanda online sau telefonica. Portalul trebuie optimizat astfel incat procesul de comanda sa fie rapid si eficient si, in acelasi timp, portalul trebuie sa ofere utilizatorilor o multitudine de functionalitati, astfel incat utilizatorii sa revina in portal, pentru a efectua comenzi noi.

Portalul trebuie sa puna la dispozitia utilizatorilor facilitatea de a selecta anumite magazine online din portal ca fiind *magazine preferate*. Pentru aceasta, in toate paginile unui magazin online din portal trebuie sa apara un checkbox care sa poata fi selectat; odata selectia facuta, in locul checkbox-ului trebuie sa apara textul „magazin preferat” si magazinul online trebuie sa se regaseasca intr-o sectiune dedicata, accesibila doar dupa autentificarea utilizatorului in sistem. Avantajul acestei sectiuni este ca utilizatorul va putea ajunge direct la

magazinul preferat, fara sa fie necesara o cautare prealabila sau accesarea altor pagini din portal (shortcuts).

Portalul trebuie sa puna la dispozitia utilizatorilor functia de comparare produse din aceeasi categorie. Numarul de produse care pot fi comparate trebuie sa fie parametrizabil si la alegerea utilizatorului (2, 3 sau 4 produse simultan). De asemenea, atunci cand utilizatorul vizualizeaza un produs, aplicatia trebuie sa ii ofere posibilitatea de a vizualiza produsele similare cu cel curent. Numarul maxim de produse similare afisate trebuie sa fie parametrizabil.

Utilizatorii de tip cumparator trebuie sa aiba posibilitatea , pentru orice produs cu stoc zero, sa poata opta pentru notificare pe email atunci cand stocul de produse este refacut. Mail-urile trimise trebuie sa fie optimizate pentru accesare facila utilizand dispozitive mobile (telefon mobil, tablete etc). Pentru notificari de stoc trebuie sa se poata opta din pagina dedicata unui anumit produs, dar gestiunea lor trebuie sa poata fi facuta din sectiunea „contul meu”.

Portalul trebuie sa puna la dispozitia utilizatorilor posibilitatea de a solicita o oferta de pret pentru anumite produse care nu au preturi afisate in magazinele online; pentru aceasta, utilizatorii trebuie sa poata trimite catre portal un mail sau sa completeze un formular de contact, cu informatiile solicitate. De aceasta facilitate trebuie sa beneficieze doar utilizatorii autentificati.

Portalul trebuie sa ofere posibilitatea ca un utilizator sa adauge orice produs intr-o „lista de dorinte” – wishlist. Aceasta lista trebuie sa poata fi trimisa pe email sau pe conturi de pe retele de socializare. Numarul de produse care pot fi adaugate in wishlist trebuie sa fie parametrizabil, la alegerea administratorului de portal.

Portalul trebuie sa puna la dispozitia utilizatorilor posibilitatea de a personaliza anumite produse; astfel, utilizatorii pot solicita inscripționarea unui mesaj, adaugarea unei imagini, livrarea comenzii insotita de o dedicatie.

Utilizatorii trebuie sa poata tipari anumite informatii din portal. Pentru aceasta, aplicatia trebuie sa prevada optimizarea anumitor pagini pentru imprimare; se au in vedere in special paginile de detalii produs.

Portalul trebuie sa aiba o sectiune de tip „contul meu”, in care un utilizator de tip cumparator sa beneficieze de cel putin urmatoarele functionalitati: gestiune date personale, vizualizare istoric si status comenzi si gestiune abonare notificari. Pentru partea de gestiune date personale, portalul trebuie sa ofere posibilitatea de editare cel putin pentru urmatoarele informatii: nume, prenume, telefon, email, adresa de contact, adrese de livrare. Numarul de adrese de livrare pe care le poate completa un utilizator trebuie sa fie parametrizabil, la alegerea administratorului de portal. Pentru partea de gestiune abonare notificari, utilizatorul trebuie sa poata vedea lista tuturor produselor pentru care a cerut notificari de stoc, cu posibilitate de renuntare la notificare.

3.3 Functionalitati generale in portal

Gestiunea magazinelor online cuprinde mai multe directii, relative la ciclul de viata al unui magazin online in portal si la posibilitatile de investitie pe care le are compania din spatele magazinului online respectiv.

Relativ la ciclul de viata al unui magazin online in portal, aplicatia trebuie sa ofere posibilitatea de integrare facila a unui nou magazin in portalul web, posibilitatea de customizare a magazinului in functie de anumiți parametri (specific, varietate produse, cumparatori tinta) si, atunci cand este cazul, posibilitatea de eliminare a magazinului online din portalul web.

Relativ la investitiile pe care este dispusa sa le faca firma din spatele magazinului online (producator sau distribuitor) pentru promovarea acestuia in portalul web, aplicatia trebuie sa ofere posibilitatea de relocare facila a magazinului online in cadrul portalului, pentru o pozitionare mai buna fata de alte magazine online din portal, in cadrul categoriei sale sau in afara categoriei sale (de exemplu, sa fie primul rezultat in cazul unei cautari dupa categorie / tip de produse comercializate).

De asemenea, aplicatia trebuie sa ofere posibilitatea de extindere facila a unui magazin online, prin adaugarea de pagini noi, de produse si categorii de produse noi, de oferte speciale etc.

Portalul trebuie sa aiba o sectiune de „magazine noi”, in care sa fie afisate ultimele magazine adaugate in portal; in aceasta sectiune trebuie sa existe cel putin filtru dupa categorie magazin si filtru dupa perioada (ultimele 3 zile, ultima saptamana, ultima luna etc). Numarul de magazine noi afisate in aceasta sectiune trebuie sa fie parametrizabil.

De asemenea, portalul trebuie sa aiba o sectiune „cele mai accesate magazine online”, in care utilizatorul sa poata vedea statistici de accesare, cu posibilitate de filtrare cel putin dupa categorie magazin si dupa perioada (ultimele 3 zile, ultima saptamana, ultima luna etc).

Portalul trebuie sa aiba o sectiune „cele mai cumparate produse”, in care utilizatorul sa poata vedea statistici de cumparare produse din portal, cu posibilitate de filtrare cel putin dupa magazin, categorie produs si perioada (ultimele 3 zile, ultima saptamana, ultima luna etc).

Pentru produsele care inca nu sunt in stoc, fie din cauza faptului ca stocul a fost epuizat, fie datorita faptului ca produsele respective nu au fost pana la acel moment disponibile pentru achizitii online, dar sunt anuntate in portal, aplicatia trebuie sa puna la dispozitia utilizatorilor posibilitatea de a face rezervari sau de a efectua precomenzi, urmand ca produsele sa fie comandate / livrate in momentul in care devin disponibile.

Pentru utilizatorii autentificati, portalul trebuie sa afiseze o sectiune de „produse comandate recent”; in aceasta sectiune trebuie afisate produsele comandate in ultimele n dati, unde n este parametrizabil. In acest fel, utilizatorii care comanda in mod constant vor beneficia de posibilitatea de a finaliza o comanda mai repede – in cazul in care vor sa plaseze o noua comanda care sa contina cel putin o parte dintre produsele deja comandate anterior. Astfel, crescand eficienta plasarii comenzii, utilizatorul economiseste timp, creste gradul de satisfactie client si utilizatorul va reveni in portal pentru o noua comanda, deoarece are posibilitatea de a comanda anumite produse fara sa fie nevoit sa treaca printr-un flux obisnuit de comanda (de exemplu, pentru un utilizator care comanda in mod constant articole de papetarie, fluxul de comanda se simplifica prin alegerea produselor din sectiunea „comandate recent”, astfel incat utilizatorul are mai mult timp la dispozitie pentru a naviga in portal si a descoperi alte produse, ceea ce poate duce la o noua comanda).

Portalul trebuie sa puna la dispozitia utilizatorilor o sectiune de „review-uri”, in care utilizatorii sa poata citi si adauga pareri si comentarii despre orice produs din portal. Aceste comentarii trebuie sa poata fi citite in intregime in aceasta sectiune, dar trebuie sa apara, dupa anumite criterii de selectie configurate de catre content manager-ul portalului, si in pagina dedicata fiecarui produs (in pagina in care sunt afisate informatiile despre acel produs – caracteristici, pret, imagini etc).

Portalul trebuie sa aiba o sectiune de tip „recomandari”, in care utilizatorii neautentificati si utilizatorii autentificati care nu au plasat comenzi pana la acel moment vor

vedea recomandari generale de produse si servicii din portal, iar utilizatorii autentificati care au plasat deja comenzi vor vedea recomandari de produse si servicii din portal, bazate pe continutul comenzilor plasate anterior (de exemplu, ai comandat produsul x, te-ar putea interesa si produsul y); numarul de intrari afisate in aceasta sectiune trebuie sa fie parametrizabil.

Se doreste ca utilizatorii de tip cumparator sa poata beneficia de oferte speciale in portal, ceea ce va conduce, pe de o parte, la cresterea numarului de comenzi, iar, pe de alta parte, la cresterea satisfactiei utilizatorilor finali. Pentru aceasta, aplicatia trebuie sa puna la dispozitia administratorului de portal o sectiune in care acesta sa poata configura oferte speciale conform cu anumite criterii: oferte speciale care se aplica la nivel de portal – pentru produse din magazine online diferite, oferte speciale care se aplica la nivel de magazin online, oferte speciale care se adreseaza unei anumite categorii de utilizatori (de exemplu, cei care au facut cumparaturi in portal de o anumita suma minima, pana in acel moment, in ultima luna), oferte speciale cu numar limitat de achizitii sau cu durata limitata.

Solutia de portal trebuie sa puna la dispozitia utilizatorilor posibilitatea de utilizare vouchere; in acelasi timp, prin portal trebuie sa poata fi emise vouchere; voucherele emise de portal trebuie sa poata fi oferite gratis utilizatorilor, in functie de anumite criterii configurate de administratorul portalului, dar trebuie sa poata fi si achizitionate din portal. In portal trebuie sa poata fi consumate atat vouchere emise de portal, cat si vouchere emise de alti parteneri si colaboratori. Similar, voucherele emise de portal trebuie sa poata fi utilizate atat in portal, cat si la alti parteneri si colaboratori. Pentru aceasta, portalul trebuie sa contina o sectiune dedicata voucherelor, in care utilizatorii de tip cumparator sa poata accesa informatii referitoare la: voucherele oferite de portal, voucherele care pot fi achizitionate prin portal, voucherele care pot fi utilizate in portal si locatiile (online sau offline) in care pot fi utilizate voucherele emise de portal (primate gratis sau achizitionate).

In portal trebuie sa poata fi afisate bannere, care vor fi utilizate pentru a evidentia diverse promotii, anunturi si mesaje de interes general atat din portal, cat si externe portalului. Locatia bannerelor trebuie sa poata fi decisa de catre content manager-ul de portal, iar pentru bannere trebuie sa poata fi setata o durata de viata (de exemplu, sa fie afisate numai un anumit interval de timp, zilnic, orar, lunar etc).

Portalul trebuie sa puna la dispozitia utilizatorilor de tip cumparator un cos de cumparaturi unic, in care utilizatorii sa poata adauga produse si servicii din orice magazin.

Aplicatia trebuie sa aiba o pagina web dedicata cosului de cumparaturi, de unde utilizatorii sa poata adauga si sterge produse si sa poata sa modifice cantitatea produselor (numar bucati). De asemenea, in pagina de cos trebuie sa se poata activa anumite oferte speciale (de exemplu, *pentru cumparaturi de peste x lei, primesti y% reducere sau un voucher in valoare de z lei, pe care il poti utiliza* etc). Numarul de produse distincte care pot fi adaugate in cos si cantitatea produselor trebuie sa fie parametrizabile si vor fi configurate de catre administratorul portalului. In toate paginile portalului trebuie sa se regaseasca informatiile despre produsele existente in cos la acel moment, in varianta redusa (rezumat cos).

Utilizatorii care cumpara produse si servicii din portal trebuie sa aiba la dispozitie mai multe modalitati de plata, printre care cel putin: plata online, plata prin ordin de plata, plata la livrare. Pentru plata online, portalul trebuie sa puna la dispozitia utilizatorilor o solutie sigura si fiabila, prin integrarea cu un procesator de plati electronice.

Una dintre caracteristicile prin care solutia de portal trebuie sa se evidentieze pe piata de domeniu este eficienta procesului de comanda. Pentru aceasta, portalul trebuie sa puna la dispozitia utilizatorilor facilitatea de comenzi similare. Astfel, un utilizator autentificat trebuie sa poata alege, din lista de comenzi livrate, o comanda pe care sa o dublice initial in pagina de cos, putand opta pentru finalizare, adaugare / eliminare produse sau modificare cantitati. Aceasta facilitate va fi deosebit de utila pentru utilizatorii care plaseaza comenzi similare / identice in mod constant (aplicabil pentru domeniile birotica, alimente etc).

Portalul trebuie sa aiba o sectiune dedicata gestionarii „newsletter-ului”, accesibila content manager-ului de portal. In aceasta sectiune, content manager-ul trebuie sa vada lista tuturor abonatilor la newsletter, cu posibilitate de filtrare cel putin dupa originea abonarii (la creare cont, ulterior, din sectiunea „contul meu”, din banner din portal etc) si perioada (in ultima zi, in ultima luna); de asemenea, aplicatia trebuie sa puna la dispozitia content manager-ului lista utilizatorilor care s-au dezabonat, cu posibilitate de filtrare dupa perioada. Pentru orice selectie de utilizatori, content manager-ul trebuie sa poata trimite, pe email, o anumita versiune de newsletter, oferte speciale, vouchere sau o combinatie a acestor mijloace de atragere a utilizatorilor in portal.

Utilizatorii de tip cumparator trebuie sa aiba la dispozitie anumite sectiuni dedicate informarii lor: sectiune „cum cumpar” si sectiune „intrebari frecvente”. In sectiunea „cum cumpar” trebuie sa apara un ghid de utilizare al portalului, in care utilizatorilor sa li se explice (text si audio) si exemplifice (tutorial video) modul de efectuare a unei comenzi, din cel putin

2 magazine online diferite din portal, trecandu-se prin toti pasii necesari, de la crearea contului si selectia produselor, pana la finalizarea comenzii si livrarea produselor. In sectiunea „intrebari frecvente” vor fi afisate intrebari (puse de utilizatori) si raspunsuri (date de administrator portal) care sunt considerate de interes general. Tot in aceasta sectiune trebuie sa existe un formular de contact prin care utilizatorii sa poata posta intrebari referitoare la portal.

Portalul trebuie sa puna la dispozitia utilizatorilor motoare de cautare simpla si avansata a informatiilor. Pentru cautarea simpla, utilizatorii trebuie sa aiba la dispozitie un camp text in care sa introduca datele de interes; cautarea simpla trebuie sa fie de tipul „autocomplete” si sa acopere toate informatiile din portal (magazine, produse, review-uri etc). Cautarea avansata trebuie sa puna la dispozitia utilizatorilor o sectiune dedicata, in care acestia sa poata selecta anumite combinatii de filtre (magazin, categorie produs, oferte speciale, top sales etc). Rezultatele cautarii trebuie afisate paginat, in ordinea relevantei; ordinea de afisare a rezultatelor cautarii trebuie sa poata fi decisa si in functie de platile facute catre portal de catre magazinele online care doresc ca produsele comercializate prin ele sa fie pozitionate mai bine fata de concurenta; de exemplu, daca doua magazine online din portal comercializeaza un anumit tip de aparate electrocasnice din aceeaasi marca, ordinea de afisare a rezultatelor cautarii dupa tipul de aparat electrocasnic respectiv sau dupa marca producatoare poate fi determinata de plata unei sume de bani, catre portal, de catre unul din cele doua magazine online din portal; fiecare rezultat va consta intr-o legatura directa catre pagina care contine termenii cautarii; numarul de rezultate afisate in pagina trebuie sa fie parametrizabil.

Pentru ca portalul web sa fie disponibil pentru un numar cat mai mare de utilizatori (posibili cumparatori), aplicatia trebuie sa fie accesibila de un numar cat mai mare de dispozitive; pentru calculatoare, aplicatia trebuie optimizata pentru diverse sisteme de operare si diverse browsere de Internet; pentru dispozitive mobile, aplicatia trebuie optimizata pentru acces facil de pe un numar cat mai mare de telefoane mobile si tablete, luandu-se in considerare adaptarea pentru diverse sisteme de operare mobile si browsere de Internet dedicate acestora.

De asemenea, portalul trebuie optimizat pentru utilizatorii de tip helpdesk care se vor ocupa de comenzile efectuate prin telefon. Trebuie urmarita simplificarea portalului pentru acces facil la produse, avandu-se in vedere eficientizarea procesului de efectuare comanda,

astfel incat, pe de o parte, utilizatorii sa poata sa plaseze o comanda telefonica intr-un timp cat mai scurt, iar, pe de alta parte, operatorii telefonici sa poata plasa cat mai multe comenzi intr-un timp cat mai scurt. Comenzile plasate prin telefon trebuie sa fie vizibile in interfata de gestiune comenzi (pentru administrator portal) si in sectiune de istoric si status comenzi, pentru utilizatorii de tip cumparator.

Utilizatorii de tip cumparator trebuie sa aiba la dispozitie o sectiune de forum, in care sa poata citi si posta pareri referitoare la diverse subiecte legate de portal, altele decat review-urile pentru produse. Subiectele de interes vor fi propuse de utilizatori si decise de content manager-ul de portal (solicitari produse noi, pareri despre procesul de comanda, livrare etc).

Trebuie prevazuta integrarea portalului cu retelele de socializare, lucru care va duce la promovarea sa, la cresterea numarului de vizitatori si, implicit, la cresterea numarului de comenzi.

3.4 Functionalitatile solutiei de plata electronica:

Prin solutia de plata electronica se urmareste realizarea unui sistem informatic care sa ofere posibilitatea efectuarii de tranzactii electronice securizate, prin integrarea portalului cu un procesator de plati electronice, care va ajuta Beneficiarul sa gestioneze solutii de plata multiple intr-un mediu securizat.

1. Cresterea vanzarilor prin cresterea gradului de satisfactie a clientilor

- Notificari de recuperare pentru comenzi nefinalizate.

2. Integrabilitate

- Metode de plata mutiple integrate in acelasi flux financiar

Metode de plata incluse



Orice alt mod de plata echivalent

- Caracteristici ale platformei

- Interfata de plata cu design personalizabil
- Modul de gestiune centralizata de conturi / site-uri
- Modul de raportare si analiza a vanzarilor in timp real
- Modul de acces la interfata de gestiune a solutiei ePayment (Control Panel)
- Modul de livrare electronica automata
- Modul de gestiune a produselor/serviciilor
- Modul integrat de cos de cumparaturi/shopping cart
- Modul de calcul al taxelor de transport
- Protocoale de comunicare pentru automatizarea procesului de plata
- Interfata de plata in mai multe limbi
- Sectiune „Intrebari frecvente” pentru plata online integrabila in site-ul comerciantului
- Cont cumparator (ePayment myAccount)

- Servicii de antifrauda si securitate

- Modul antifrauda extins

- Metode de plata ePayment:

- Procesare plati cu carduri Visa si MasterCard
- Procesare plati prin PayPal
- Modalitate de incarcare cont ePayment si realizare de plati preplatite.

3.5 Confidentialitatea datelor:

Aplicatia de portal trebuie sa respecte legislatia din Romania.

- Legea nr. 677 din 21 noiembrie 2001 pentru protectia persoanelor cu privire la prelucrarea datelor cu caracter personal si libera circulatie a acestor date, cu modificările si completările ulterioare

- Legea nr. 506 din 17 noiembrie 2004 privind prelucrarea datelor cu caracter personal si protectia vietii private în sectorul comunicatiilor electronice, cu modificările si completările ulterioare

Autentificarea utilizatorilor trebuie sa se faca o singura data. Portalul trebuie sa asigure confidentialitatea informatiilor – utilizatori, tranzactii etc.

Evenimentele din portal trebuie sa fie jurnalizate, astfel incat administratorul portalului sa poata obtine informatii necesare in cazul unui audit de securitate (informatii despre utilizatori, inregistrari, autentificari, status comenzi). De asemenea, administratorul portalului trebuie sa poata fi avertizat prin diverse mijloace (email, SMS) de aparitia unor probleme in portal (Problem Notification).

Portalul trebuie sa aiba proceduri sigure de salvare si recuperare a datelor, capabile sa asigure restabilirea rapida a functionalitatilor in cazul unei avarii accidentale.

Mecanismele de securitate trebuie implementate pe mai multe niveluri – sistem de operare, acces in retea, aplicatie, baza de date.

4 Integrarea componentelor

4.1 Integrare magazin online in portal

Beneficiarul solicita pentru crearea acestei platforme ca totul sa aiba un aspect unitar, magazinele sa nu poata fi “apelate” independent, fara a trece prin portal.

Se vor putea crea mai multe magazine virtuale, achizitiile din acesta bazandu-se pe functionalitatea „cos unic”.

Magazinele online vor aparea in harta portalului si in criteriile de cautare.

4.2 Pachete optiuni

Fiecare magazin va avea posibilitatea sa se promoveze prin pozitie in lista „sugestie la cautari”.

5. Backup si restaurare

- **Backup / Recuperare date:** proceduri capabile sa asigure restabilirea rapida a functionalitatilor in cazul unei avarii accidentale.

- **Procedura de restaurare a aplicatiilor** in urma unui incident major, in urma caruia doar materialul hardware este inca functional:

5.1 Backup

Procedura de backup cuprinde doua etape:

- a. Etapa I – backup sisteme complet functionale – va avea loc dupa instalarea si testarea functionalitatii solutiei propuse si ori de cate ori se vor efectua modificari majore.
- b. Etapa II – backup partial – va avea loc periodic, la intervale stabilite in functie de necesitatile aplicatiilor; consta in copierea informatiilor pe partitia de backup si stergerea celor mai vechi (durata mentinerii backup-urilor se stabileste in functie de necesitatile aplicatiilor).

5.2 Recuperare/restaurare

Procedura de restore / “disaster recovery” urmareste restaurarea partiala sau totala in functie de gradul deteriorarii acestora cu conditia ca sistemul sa fie 100% functional hardware. Daca au fost afectate si Sisteme de Operare, procedura se imparte in doua etape.

Etapa I – Restaurare Sisteme de Operare

Etapa II – Reinstalare aplicatii/refacere informatii baza de date

- Consta in copierea informatiilor de pe partitia de backup in locatiile necesare functionarii aplicatiilor si instalarea tuturor aplicatiilor implicate in functionarea solutiei.

5.3 Mentenanta si suport

Se solicita ca ofertantul sa includa in pretul ofertei si un contract de mentenanță pentru o perioadă de 36 de luni de la finalizarea ultimei etape a implementării aplicatiei.

Serviciul acopera suportul tehnic pentru solutia livrata, din punct de vedere software; disponibilitatea serviciului va fi de 24/7/365. Suportul tehnic oferit este asigurat pentru aplicatii software dezvoltate.

6. Graficul de livrare a proiectului

Implementarea serviciilor informatice	maxim 5 luni de la semnarea contractului
---------------------------------------	--

7. Valoarea maximala a bugetului proiectului

Activitate	Buget [RON, valoare fara TVA]	ValoareTVA [RON]
Implementarea serviciilor informatice	444.497,5	106.679,4

8. Punctajul acordat - oferta care intruneste cel mai mare numar de puncte va fi declarata castigatoare:

- Pret: 30% cel mai mic pret are punctaj maxim, pentru restul de calculeaza dupa formula: $(\text{cel mai scazut pret} / \text{pretul ofertat}) * 30$
- Termen de livrare: 15% - cel mai scurt timp are punctaj maxim
- Timp de interventie: 15% - cel mai scurt timp are punctaj maxim
- Disponibilitate platforma (numai din punct de vedere software): 15%
- Identificarea si prezentarea problemelor care pot afecta implementarea solutiei software: 5%
- Tipuri de baze de date distincte pe care functioneaza solutia software: 5%
- Sisteme de operare distincte pe care functioneaza solutia software: 5%
- Garantie extinsa pentru solutia software: 5%
- Mentenanta extinsa pentru solutia software: 5%

SECȚIUNEA FORMULARE

FORMULAR nr. 1

OFERTANTUL

.....

DECLARAȚIE PRIVIND ELIGIBILITATEA

Subsemnatul, reprezentant legal al, cu sediul în, declar pe propria răspundere, în calitate de ofertant la procedura de cerere de oferta pentru atribuirea contractului pentru "Soluție tehnică pentru proiectul DEZVOLTAREA SOLUTIEI E-MALL ÎN CADRUL S.C. RADCOM S.R.L." cod SMIS 46834, sub sancțiunea excluderii din procedură și sub sancțiunile aplicate faptei de fals în acte publice, că nu mă aflu în situația prevăzută la art. 180 din Ordonanța de Urgență a Guvernului nr. 34/2006, privind atribuirea contractelor de achiziție publică, a contractelor de concesiune de lucrări publice și a contractelor de concesiune de servicii aprobată cu modificările și completările ulterioare, respectiv că în ultimii 5 ani nu am fost condamnat prin hotărârea definitivă a unei instanțe judecătorești, pentru participare la activități ale unei organizații criminale, pentru corupție, pentru fraudă și/ sau pentru spălare de bani.

Subsemnatul declar că informațiile furnizate sunt complete și corecte în fiecare detaliu și înțeleg că achizitorul are dreptul de a solicita, în scopul verificării și confirmării declarațiilor, situațiilor și documentelor care însoțesc oferta, orice documente doveditoare de care dispun.

Data:

<Nume si Prenume>, în calitate de

Reprezentant Legal,

legal autorizat să semnez oferta pentru și în numele

OFERTANTUL

.....

DECLARAȚIE PRIVIND NEÎNCADRAREA ÎN SITUAȚIILE PREVĂZUTE LA ART. 181 DIN ORDONANȚA DE URGENȚĂ A GUVERNULUI NR. 34/2006

Subsemnatul, reprezentant legal al, cu sediul în, declar pe propria răspundere, în calitate de ofertant la procedura de licitație deschisă pentru atribuirea contractului de cerere de oferta pentru atribuirea contractului pentru " Solutie tehnica pentru proiectul DEZVOLTAREA SOLUTIEI E-MALL IN CADRUL S.C. RADCOM S.R.L.", cod SMIS 46834, sub sancțiunile aplicate faptei de fals în acte publice, că nu ne aflăm în nici una dintre situațiile prevăzute la art. 181 din Ordonanța de Urgență a Guvernului nr. 34/2006, privind atribuirea contractelor de achiziție publică, a contractelor de concesiune de lucrări publice și a contractelor de concesiune de servicii aprobată cu modificările și completările ulterioare, respectiv că:

- a) nu am intrat în faliment ca urmare a hotărârii pronunțate de judecătorul-sindic;
- c) mi-am îndeplinit obligațiile de plată a impozitelor, taxelor și contribuțiilor de asigurări sociale către bugetele componente ale bugetului general consolidat, în conformitate cu prevederile legale în vigoare în România sau în țara în care este stabilit;
- c) în ultimii 2 ani mi-am îndeplinit în mod corespunzător toate obligațiile contractuale;
- d) nu am fost condamnat, în ultimii trei ani, prin hotărârea definitivă a unei instanțe judecătorești, pentru o faptă care a adus atingere eticii profesionale sau pentru comiterea unei greșeli în materie profesională;
- e) nu prezint informații false și prezint informațiile solicitate de către achizitor, în scopul demonstrării îndeplinirii criteriilor de calificare și selecție.

Subsemnatul declar că informațiile furnizate sunt complete și corecte în fiecare detaliu și înțeleg că achizitorul are dreptul de a solicita, în scopul verificării și confirmării declarațiilor, situațiilor și documentelor care însoțesc oferta, orice informații suplimentare privind eligibilitatea noastră, precum și experiența, competența și resursele de care dispunem.

Înțeleg că în cazul în care această declarație nu este conformă cu realitatea sunt pasibil de încălcarea prevederilor legislației penale privind falsul în declarații.

Data:

<Nume si Prenume>, în calitate de

Reprezentant Legal,

legal autorizat să semnez oferta pentru și în numele

OFERTANTUL

.....

Declarație privind neîncadrarea ofertantului în prevederile art. 69¹ din O.U.G. nr. 34/2006

Subscrisacu sediul în cu sediul în, înregistrată la Oficiul Registrului Comerțului București sub. nr., CUI, reprezentată prin, în calitate de ofertant în cadrul procedurii de cerere de oferta pentru “ Solutie tehnica pentru proiectul DEZVOLTAREA SOLUTIEI E-MALL IN CADRUL S.C. RADCOM S.R.L.”, cod SMIS 46834, în temeiul art. 69¹ din OUG nr.34/2006, declar pe propria răspundere, sub sancțiunile falsului următoarele:

- niciunul din membrii consiliului de administrație/ organului de conducere sau de supervizare și/ sau niciun acționar ori asociat al nu are calitatea de sunt soț/soție, rudă sau afin până la gradul al patrulea inclusiv cu persoane ce dețin funcții de decizie în cadrul companiei achizitorului;
- niciunul din membrii consiliului de administrație/organului de conducere sau de supervizare și/sau niciun acționar ori asociat al nu se află în relații comerciale cu achizitorul, astfel cum sunt acestea prevăzute la art. 69 lit. a) din OUG nr.34/2006, cu persoane ce dețin funcții de decizie în cadrul companiei achizitorului este exclus din procedura de atribuire.

Data:

<Nume si Prenume>, în calitate de

Reprezentant Legal,

legal autorizat să semnez oferta pentru și în numele