



Rzeczpospolita
Polska

Sfinansowane przez
Unię Europejską
NextGenerationEU



Załącznik nr 7

KPO/2/2025

Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia

Rozbudowy platformy B2B e-commerce, na potrzeby przedsiębiorstwa
„Poprawa sposobu zarządzania procesem wprowadzania do obrotu kawy i
herbaty poprzez zakup oprogramowania klasy CRM, platformy sprzedażowej
B2B oraz jej rozbudowę”

Spis treści

1. Wstęp	2
1.1. Główne informacje o Zamawiającym	2
2. Zidentyfikowane procesy B2B (Business to Business)	3
2.1. Wykaz procesów	3
3. Główne założenia przedmiotu zamówienia.	6
4. Wymagania funkcjonalne i pozafunkcjonalne nowej platformy, spełniających założeni opisane w pkt. 2.	7
4.1. Sprzedaż B2B	7
4.2. Analityka	9
4.3. Obsługa klienta	9
4.4. Self Service	10
4.5. Integracje	10
4.6. Wymagania нефункционалне	11

1. Wstęp

1.1. Główne informacje o Zamawiającym

All Good Spółka Akcyjna (zwany dalej Zamawiającym) to jedna z najszybciej rozwijających się firm w branży kawowo-herbacianej w Europie Środkowo-Wschodniej. Zamawiający w ramach prowadzonej działalności wprowadza do obrotu m.in. produkty rolne (kawę i herbatę, które zostały wymienione w załączniku nr I do Traktatu o Funkcjonowaniu UE). Dostawcami są producenci krajowi i zagraniczni.

Zamawiający jest dystrybutorem ponad 200 starannie wyselekcjonowanych marek i ponad 5600 różnych SKU w postaci kawy, herbaty i akcesoriów do ich parzenia, z wyłączością na kluczowe produkty na rynku, takie jak Aeropress, kawiarki Bialetti, produkty Hario, czy Fellow. Oferta Zamawiającego obejmuje 83 marki kawy oraz około 30 marek herbaty.

W ciągu kilku lat Zamawiający wypracował pozycję lidera rynku kawowego e-commerce w Polsce. Zamawiający prowadzi działalność pod marką CoffeeDesk

Przedmiotem działalności Zamawiającego jest sprzedaż detaliczna i hurtowa kawy, herbaty i akcesoriów do ich parzenia. Spółka prowadzi również 4 butikowe kawiarnie (3 w Warszawie oraz 1 w Kołobrzegu) .

Zamawiający prowadzi swoją działalność w obszarze:

1. **B2B (Business to Business)** – handel hurtowy w zakresie wprowadzania do obrotu produktów rolnych (kawy i herbaty) w ramach którego obsługuje inne podmioty działające w branży (inne hurtownie, sklepy e-commerce o różnej wielkości, kawiarnie, palarnie, HORECA, etc.) – działalność obejmuje rynek krajowy (Polska) oraz rynki zagraniczne. Działalność w obszarze B2B obejmuje głównie kraje Europy, w tym zarówno Centralnej i Wschodniej (CEE) w krajach takich jak Czechy, Rumunia, Słowacja, Litwa, Estonia jak również Zachodniej (Niemcy, Holandia, Hiszpania) oraz krajach skandynawskich takich jak Dania, Finlandia.
2. **B2C (Business to Customer)** – sprzedaż detaliczna w ramach której Wnioskodawca obsługuje konsumentów końcowych poprzez własny eCommerce – działalność obejmuje głównie rynek krajowy (Polska), ale także na rynkach zagranicznych przez anglojęzyczną wersję strony (sprzedaż prowadzona w takich krajach jak Niemcy, Irlandia, Hiszpania, Holandia). W ramach działalności w obszarze handlu detalicznego Wnioskodawca prowadzi również 4 butikowe kawiarnie (3 w Warszawie oraz 1 w Kołobrzegu).

Działalność w obszarze B2C prowadzona jest w oparciu o nową platformę eCommerce dedykowaną wyłącznie handlowi detalicznemu (jest to platforma odrębna i niezależna technologicznie i funkcjonalnie od platform dedykowanych działalności Wnioskodawcy w obszarze B2B (handel hurtowy). Platforma eCommerce dedykowana obszarowi B2C to jest bardzo zaawansowana technologicznie i funkcjonalnie, zawiera narzędzia sztucznej inteligencji, umożliwia profilowanie klientów i dopasowywanie oferty do ich potrzeb. Platforma eCommerce B2C została oddana do użytku w 2022 roku. W ramach działalności obszarze B2C Wnioskodawca nie korzysta ani nie będzie korzystał z oprogramowania klasy CRM ponieważ działalność w tym obszarze tego nie wymaga.

2. Zidentyfikowane procesy B2B (Business to Business)

2.1. Wykaz procesów

Zamawiający w obszarze działalności **B2B (Business to Business)** – handlu hurtowego w zakresie wprowadzania do obrotu produktów rolnych (kawy i herbaty) zidentyfikował następujące procesy, które są objęte zakresem przedsięwzięcia i stanowią przedmiot zamówienia, który powinien zostać zrealizowany przed dostawą:

Lp.	Nazwa procesu	STAN ISTNIEJĄCY	STAN PO REALIZACJI PRZEDSIĘWZIĘCIA
1.	Sprzedaż B2B	Manualny proces obsługi zamówienia: wymagający ręcznego sprawdzania statusów, kopiowania danych, przenoszenia ich ręcznie między systemami	Wyeliminowanie manualnej obsługi w procesie obsługi procesu zamówienia do koniecznego minimum: automatyczne notyfikacje, dostęp do historii zamówień, elastyczność ich edycji i konfiguracji reguł procesowania zamówienia
2	Sprzedaż B2B	Brak możliwości automatycznego procesowania zamówień składanych poza platformą oraz weryfikacji stanu rozliczeń z klientem oraz opłacania wcześniejszych zamówień	Obsłużenie kompletnego scenariusza tworzenia zamówienia przez klientów za pośrednictwem platformy b2b: tworzenie zamówienia przez API, walidacja wykorzystania limitu kredytowego, opłacanie zamówień z poziomu platformy
3	Sprzedaż B2B	Wyszukiwarka bardzo uboga funkcjonalnie, ograniczająca się do odnalezienia zadanego ciągu znaków i wyświetlania wyników w kolejności alfabetycznej	Wyszukiwarka sugerująca wyniki wyszukiwania, posiadająca autouzupełnienie, autokorektę, synonimizację, lematyzację, możliwość stosowania operatorów
4	Sprzedaż B2B	Katalog produktów w wersji standardowej, jednakowej dla wszystkich klientów, bez możliwości dopasowania do grupy klientów i ich profili	Stworzenie możliwości integracji z systemem wydajnego zarządzania katalogiem produktów dopasowanego do grup klientów, z dedykowanymi dla nich cennikami, produktami, wyświetlanymi im mediami i zniżkami. Katalog produktów z podziałem na kategorie będzie dostępny dla zarejestrowanych użytkowników sklepu, ale w przyszłości możliwe będzie udostępnienie katalogu produktów także niezalogowanym użytkownikom, w wersji demo.

Dokument ten jest własnością All Good S.A. Informacje w nim zawarte nie mogą być udostępnione osobom trzecim oraz kopiowane i rozpowszechniane w części lub całości bez pisemnej zgody właściciela.

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

5	Sprzedaż B2B	Zarządzanie ceną aktualnie wykonywane ręcznie, w rozproszonym środowisku np. ERP, plik prcingowy, obecna platforma b2b. Brak możliwości zarządzania cenami dla grup klientów, rabatowania zamówień m.in. poprzez kody.	Implementacja integracji z centrum zarządzania ceną za zmianą podejścia do sterowania ceną per producent, grupa produktów, grupa klientów, ale pozostawienie możliwości zmiany konkretnej ceny dla danego klienta. Dodatkowo możliwość dodawania kodów rabatowych, rabatu na całe zamówienie. Wdrożenie poziomów klientów i możliwości przechodzenia pomiędzy nimi.
6	Sprzedaż B2B	Brak możliwości wyboru najbardziej korzystnego sposobu wysyłki i brak wglądu w status wysyłki	Uruchomienie mechanizmu integracji z systemem wyboru optymalnego sposobu wysyłki, rekomendacji upselling/crossselling w celu np. uzupełnienia do pełnej palety. Dodatkowo platforma będzie pozwalała na wgląd w aktualny status wysyłki oraz wyświetli niezbędne informacje na temat wysyłki.
7	Sprzedaż B2B	Ubogie w informacje konto klienta, niewystarczające z punktu widzenia potrzeb klienta i procesu self-service. Brak możliwości udostępniania informacji i materiałów dedykowanych konkretnemu klientowi.	Udostępnienie klientom kompletnego widoku informacji na temat zamówień, reklamacji, statusu klienta oraz limit kredytowy. Wgląd w udostępnione dokumenty, materiały produktowe oraz inne treści opublikowane w bazie wiedzy. Dodatkowo udostępnienie dedykowanych promocji oraz rekomendowanych produktów.
8	Sprzedaż B2B	Prosty formularz rejestracji wymagający ręcznego wprowadzenia wszystkich danych, bez możliwości weryfikacji firmy w GUS.	Implementacja niestandardowego formularza rejestracji, weryfikującego wprowadzane dane i umożliwiającego pobranie do formularza danych z GUS na podstawie wprowadzonego numeru VAT
9	Obsługa klienta (w tym obsługa reklamacji i zwrotów)	Ręczne tworzenie cases w następstwie otrzymania od klienta wiadomości dotyczącej określonego rodzaju sprawy	Wdrożenie komunikacji wielokanałowej oraz zróżnicowanego źródła zgłoszeń w taki sposób aby cases były tworzone w sposób automatyczny, po wpłynięciu od klienta wiadomości
10	Obsługa klienta (w tym obsługa	Zarządzanie procesem obsługi reklamacji w ręczny sposób. Konieczność przeglądania	Usprawnienie procesu zgłaszania reklamacji i redukcja manualnej pracy konsultantów przez udostępnienie klientom panelu rejestracji

Dokument ten jest własnością All Good S.A. Informacje w nim zawarte nie mogą być udostępnione osobom trzecim oraz kopiowane i rozpowszechniane w części lub całości bez pisemnej zgody właściciela.

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

	reklamacji i zwrotów)	kolejki, tworzenia reklamacji, manualnej priorytetyzacji i załatwiania.	reklamacji. Formularz będzie przeprowadzać klienta przez zdefiniowane pytania dotyczące szczegółów reklamacji i na tej podstawie będzie wyświetlać sugerowane artykuły / rozwiązania problemów.
11	Obsługa klienta (w tym obsługa reklamacji i zwrotów)	Wszystkie napływające zgłoszenia mają jednakowy status i poziom ważności. Weryfikacja zgłoszeń i kategoryzacja możliwa dopiero po pełnym zapoznaniu się ze zgłoszeniem.	Automatyzacja kategoryzacji napływających zgłoszeń oraz umożliwienie raportowania spraw wg typu, podtypu oraz statusu przez implementację słownika statusów i typów reklamacji.
12	Obsługa klienta (w tym obsługa reklamacji i zwrotów)	Zgłoszenia od klientów nie są automatycznie przypisywane do konsultanta. Wpadają do kolejki i konieczne jest ręczne wyznaczenie osoby, która zgłoszenie będzie realizować	Optimalizacja podziału pracy oraz procesowania reklamacji przez wdrożenie narzędzia przypisującego napływające zgłoszenia do konsultantów na podstawie kryteriów takich jak: segment klienta, dostępność, umiejętności itp.
13	Obsługa klienta (w tym obsługa reklamacji i zwrotów)	Tworzenie protokołów reklamacji poserwisowych odbywa się w manualny sposób. Konieczne jest otworzenie danej reklamacji i kopiowanie z niej danych i wklejanie do nowo tworzonego protokołu.	Implementacja silnika generowania protokołu reklamacji poserwisowej, dynamicznie pobierającego dane z reklamacji oraz możliwość pobrania go w formacie PDF i załączenia do przesyłki lub wysłania mailem
14	Obsługa klienta (w tym obsługa reklamacji i zwrotów)	Klienci kontaktują się z Coffeodesk w wielu sprawach, które mają potencjał do samodzielnego załatwienia, jeśli tylko udostępni się klientom funkcjonalności umożliwiające self-service.	Przygotowanie mechanizmów dających klientom możliwość samodzielnego rozwiązania problemu poprzez udostępnienie bazy wiedzy o produktach, warunkach współpracy, udostępnienie instrukcji i innych treści dotyczących współpracy z Coffeodesk oraz oferowanych produktów.
15	Analityka	Konieczność manualnego pobierania danych i dalszej ich obróbki np. w Google Sheet lub Excel	Konfiguracja raportów i dashboardów przedstawiających dane dotyczące bazy klientów, sprzedaży, realizacji zamówień, obsługi reklamacji. Raporty i dashboardy dopasowane do poziomu stanowiska - poziom członka zespołu oraz managera.

Dokument ten jest własnością All Good S.A. Informacje w nim zawarte nie mogą być udostępnione osobom trzecim oraz kopiowane i rozpowszechniane w części lub całości bez pisemnej zgody właściciela.

3. Główne założenia przedmiotu zamówienia.

1. Rozbudowa platformy B2B Zamawiającego poprzez wdrożenie przez wykonawcę modułów e-commerce opartych o Shopware – platformy sprzedażowej B2B e-commerce dedykowanej handlowi hurtowemu w zakresie wprowadzania do obrotu produktów rolnych (kawy i herbaty), która będzie realizowana w 3 etapach:
 - a. **Etap 1 - Wykonanie prac przedwdrożeniowych w terminie do 31 lipca 2025 roku (dalej: “Etap 1”)**
 - analiza procesów biznesowych,
 - analiza wymagań co do rozwiązania,
 - weryfikacja architektury systemów IT Zamawiającego i potrzeb integracji z rozwiązanymi zewnętrznymi)
 - b. **Etap 2 - Przygotowanie docelowego rozwiązania w terminie do 15 grudnia 2025 roku (dalej: “Etap 2”)**
 - uruchomienie środowisk niezbędnych do prac rozwojowych,
 - realizacja prac wdrożeniowych na bazie wymagań funkcjonalnych i pozafunkcjonalnych,
 - realizacja prac integracyjnych z architekturą Zamawiającego i rozwiązaniami zewnętrznymi,
 - wdrożenie systemu w środowisku testowym,
 - przeprowadzenie testów (w tym testy UAT, modułowe i integracyjne),
 - przygotowanie planu wdrożenia rozwiązania, szkolenia użytkowników i administratorów rozwiązania
 - c. **Etap 3 - Wdrożenie i stabilizacja rozwiązania w terminie do 17 marca 2026 roku (dalej: “Etap 3”)**
 - uruchomienie rozwiązania w środowisku produkcyjnym,
 - uruchomienie integracji z architekturą Zamawiającego i rozwiązanymi zewnętrznymi,
 - przeprowadzenie testów w środowisku produkcyjnym,
 - udostępnienie rozwiązania do użytku,
 - optymalizacja rozwiązania,
 - rozwiązanie problemów napotkanych w trakcie użytku,

- identyfikacja pól do dalszego rozwoju)
- 2. Licencja na oprogramowanie Shopware B2B zostanie dostarczona Wykonawcy przez Zamawiającego i nie jest objęta zakresem przedmiotu zamówienia.
- 3. Platforma eCommerce B2B będąca przedmiotem zamówienia obligatoryjnie musi spełniać standardy WCAG 2.1 (**Web Content Accessibility Guidelines 2.1**) na poziomie co najmniej AA.
- 4. Przekrojowa specyfikacja docelowego rozwiązania powstała przed niniejszym zamówieniem, wraz ze szczegółowymi uwarunkowaniami integracji nowego rozwiązania z obecnie wykorzystywanymi elementami architektury systemów IT oraz komponentami i dostawcami zewnętrznymi, umożliwiającą wykonanie prac rozwojowych w docelowym rozwiązaniu technicznym dla kompleksowej realizacji procesów B2B zostanie dostarczona Wykonawcy przez Zamawiającego po zawarciu umowy w sprawie realizacji przedmiotu zamówienia.

4. Wymagania funkcjonalne i pozafunkcjonalne nowej platformy, spełniających założeń opisane w pkt. 2.

4.1. Sprzedaż B2B

1. Zamówienia - wewnętrzna aplikacja zarówno dla opiekunów klientów oraz pracowników aftersales w celu obsłużenia procesu od utworzenia zamówienia do efektywnego ich procesowania. Podniesienie produktywności poprzez wyeliminowanie manualnej obsługi do koniecznego minimum. Aplikacja wewnętrzna pozwoli na:
 - a. Otrzymanie notyfikacji np. o wymaganej manualnej reakcji, wysyłanie maili transakcyjnych, przypomnienia
 - b. Dostęp do historii zamówienia
 - c. Rozdzielanie i łączenie zamówień
 - d. Dodawanie załączników do zamówień
 - e. Manualne tworzenie zamówienia w imieniu klienta
 - f. Dodawanie komentarzy do zamówień oraz ich tagowanie
 - g. Automatyzację zarządzania zamówieniami w toku
 - h. Procesowanie ZAMWEW
 - i. Tworzenie zamówienia w imieniu klienta łącznie z importem pliku z zamówieniem
 - j. Konfigurację reguł zatrzymujących zamówienie
 - k. Operacje na danych związanych z zamówieniami pozyskanymi poprzez platformę B2B e-commerce oraz zewnętrzne integracje np, dane o niezapłaconych fakturach, marży zamówienia czy dostępności produktów
 - l. Obsługa kompletnego scenariusza tworzenia zamówienia przez klientów za pośrednictwem platformy B2B e-commerce.

- m. Automatyzacja procesowania zamówienia. Wysyłka notyfikacji. Klient będzie miał dostęp w systemie do danych związanych z zamówieniem np, dotyczących faktur.
- n. Nowa platforma B2B pozwoli dodatkowo na:
 - i. Tworzenie zamówienia za pośrednictwem API poprzez integrację oraz import pliku z zamówieniem
 - ii. Opcję ponownego zamawiania tych samych produktów
 - iii. Walidację wykorzystania limitu kredytowego Opłacanie zamówień
- 2. Wyszukiwarka - Implementacja standardowego panelu wyszukiwania produktów. Wyszukiwarka będzie zawierać następujące funkcjonalności:
 - a. Filtrowanie produktów (np. marka, typ produktu, rozmiar)
 - b. Sugerowanie wyników wyszukiwania
 - c. Autouzupełnianie
- 3. Katalog produktów (dedykowane narzędzia umożliwi wydajne zarządzanie katalogiem produktów). System będzie wspierał tworzenie oraz zarządzanie:
 - a. grupami klientów wraz z dedykowanymi dla nich cennikami
 - b. produktami oraz administrowanie ich właściwościami, cechami oraz mediami,
 - c. zniżkami
 - d. Katalog produktów z podziałem na kategorie będzie dostępny dla zarejestrowanych użytkowników sklepu. W przyszłości możliwe jest udostępnienie katalogu produktów także niezalogowanym użytkownikom bez cen. Katalog produktów będzie zasilany danymi pochodzącymi z integracji z PIM.
- 4. Cenniki i polityka rabatowa (Implementacja centrum zarządzania ceną Coffeedesk, Zmiana podejścia do sterowania ceną per producent, grupa produktów, grupa klientów, ale pozostawienie możliwości zmiany konkretnej ceny dla danego klienta. Epic będzie wspierany poprzez integrację z systemem PIM). W ramach tego obszaru zostaną zaimplementowane następujące scenariusze:
 - a. Sterowanie ceną per cennik w centrum zarządzania ceną oraz funkcjonalności data loader
 - b. Ustalenie rabatu poprzez wybór marży jaką chcemy na nim uzyskać
 - c. Dedykowane cenniki dla Hot Deals
 - d. Możliwość dodawania kodów rabatowych
 - e. Rabat na całe zamówienie
 - f. Poziomy klientów i możliwość przejścia między nimi
 - g. Śledzenie promocji powiązanych z zamówieniem
- 5. Wysyłka:
 - a. System pozwoli klientom sklepu wybranie optymalnego sposobu wysyłki oraz zarekomenduje dodatkowe zakupy w celu dopełnienia do pełnej palety.
 - b. Dodatkowo aplikacja będzie pozwalała na wgląd w aktualny status wysyłki oraz wyświetli niezbędne informacje.
- 6. Konto klienta

- a. Implementacja niestandardowego formularza rejestracji, weryfikującego wprowadzane dane i umożliwiającego klientowi pobranie danych z GUS na podstawie wprowadzonego numeru VAT.
- b. Przygotowanie aplikacji zawierającej widok 360 danych w kontekście zalogowanego klienta:
- c. Udostępnienie klientom kompletnego widoku informacji na temat zamówień, reklamacji, statusu klienta oraz raportów takich jak zebrane punkty lojalnościowe oraz limit kredytowy
- d. Wgląd w udostępnione dokumenty, materiały produktowe oraz inne treści opublikowane w bazie wiedzy
- e. Udostępnienie dedykowanych promocji oraz rekomendowanych produktów.
- f. Klienci będą mieli możliwość wygenerowania klucza API w celu automatycznego pobierania danych produktowych oraz przesyłania danych dotyczących zamówień.

4.2. Analityka

1. Raporty i dashboardy

- a. Konfiguracja raportów i dashboardów przedstawiających dane sprzedażowe, dotyczące realizacji zamówień i obsługi reklamacji oraz zbieranie odpowiedzi klientów udzielonych w ankietach NPS.

4.3. Obsługa klienta

Zarządzanie reklamacjami (Wdrożenie narzędzia do kompletnej obsługi klientów B2B). W ramach tego obszaru zakłada się implementację następujących user stories:

- 1. Komunikacja wielokanałowa oraz zróżnicowane źródła zgłoszeń / reklamacji - w ramach MVP zakłada się komunikację mailową (oraz automatyczne tworzenie sprawy z otrzymanego maila) oraz przez self service portal i umieszczony tam inteligentny formularz reklamacyjny. W kolejnych fazach rekomenduje się wdrożenie Live Chat oraz Chatbotów
- 2. Usprawnienie procesu zgłaszania reklamacji i redukcja manualnej pracy konsultantów Aftersales przez udostępnienie klientom panelu rejestracji reklamacji. Formularz będzie przeprowadzać klienta przez zdefiniowane pytania dotyczące szczegółów reklamacji i na tej podstawie będzie wyświetlać sugerowane artykuły / rozwiązania problemów (self-service), kategoryzować zgłoszenia oraz przypisywać je do odpowiednich konsultantów

3. Automatyzacja kategoryzacji napływających zgłoszeń oraz umożliwienie raportowania spraw wg typu, podtypu oraz statusu przez implementację słownika statusów i typów reklamacji
4. Zdefiniowanie procesów reklamacyjnych w zależności od typu sprawy
5. Optymalizacja podziału pracy oraz procesowania reklamacji przez wdrożenie narzędzia przepisującego SF napływające zgłoszenia do konsultantów na podstawie kryteriów takich jak: segment klienta, dostępność, skille
6. Implementacja automatyzacji redukujących manualną pracę agentów, z użyciem natywnych narzędzi do budowania procesów i workflow
7. Implementacja silnika generowania protokołu reklamacji poserwisowej , dynamicznie pobierającego dane z reklamacji oraz możliwość pobrania go w formacie PDF i załączenia do przesyłki lub wystania mailem

4.4. Self Service

Aplikacja da klientom możliwość samodzielnego rozwiązania problemu poprzez udostępnienie bazy wiedzy o produktach, warunkach współpracy, udostępnienie instrukcji i innych treści dotyczących współpracy z Coffeodesk oraz oferowanych produktów. Z drugiej strony, przygotowanie platformy da da możliwość tworzenia i udostępniania treści i wiadomości ze świata kawy, takich jak: aktualności, nowości itp. Publikowane treści będą dostępne do komentowania.

Ponadto, klienci będą mieli możliwość / dostęp:

1. Rejestracji reklamacji z użyciem inteligentnego panelu reklamacji
2. Do listy wszystkich swoich otwartych i zamkniętych zamówień, wraz z informacją o statusie oraz o statusie wysyłki
3. Do listy otwartych i zamkniętych reklamacji, wraz z informacją o jej statusie oraz o statusie wysyłki

4.5. Integracje

1. ERP/WMS
2. CRM
3. System zarządzania treścią
4. API

5. EDI
6. Przewoźnicy
7. GUS
8. VIES
9. Pośrednicy płatniczy
10. Pośrednicy leasingowi

4.6. Wymagania niefunkcjonalne

1. Waluty - Umożliwienie klientom B2B zakupów w następujących walutach PLN, EUR, USD
2. Autoryzacja - dwuetapowa
3. Opcje kopii zapasowej
4. Bezpieczeństwo danych
5. Logowanie
6. Multijęzyczność
7. Możliwości konfiguracyjne
8. Zgodność z RODO
9. Stosowanie standardów bezpieczeństwa dla integracji
10. Szyfrowanie połączenia SSL
11. Testowanie na środowisku testowym
12. Stosowanie standardów UX