



**Analiza
przedwdrożeńiowa
systemu klasy B2B
integrującego procesy
sprzedaży biletów dla
firmy Advertigo S.A.**

**27/01
2014**

**F3 Media Agencja
Reklamowa Adam
Włodarczak**

Analiza przedwdrożeńiowa dla systemu klasy B2B dla firmy Advertigo S.A.

Dokument określa informacje techniczne i założenia systemu klasy B2B dla firmy Advertigo S.A. Dokumentacja została podzielona na opis kluczowych z punktu widzenia logiki systemu części.

Analiza przedwdrożeńiowa tylko dla osób upoważnionych. Wszelkie osoby nieupoważnione do czytania niniejszej specyfikacji powinny natychmiast ją zamknąć oraz wykasować. Osoba czytająca analizę zobowiązuje się do zachowania poufności oraz do nieujawniania jej osobom trzecim pod groźbą postępowania sądowego. Osoba czytająca analizę zobowiązuje się również do nie wykorzystywania zawartych w niej informacji w całości lub w części do innych celów niż do oceny niniejszego dokumentu, z wyjątkiem, gdy F3 Group udzieli takich praw, pod groźbą wypłaty odszkodowania za utracone korzyści.

(c) by F3 Media Agencja Reklamowa Adam Włodarczak

Services we offer:

Web Site Design, E-commerce solutions,
Business & Personal Sites, Internet Consulting

Adam Włodarczak

Managing Director – F3 Group

Skype: adam.wlodarczak

E: adam@f3g.pl

W: www.f3g.pl



Informacje o dokumencie

Projekt:	System B2B integrujący process sprzedaży biletów
Autor:	F3 Media Agencja Reklamowa Adam Włodarczak
Nazwa pliku:	Analiza-Bileternia.pdf
Wersja:	1.3
Data stworzenia:	10.01.2014

Historia rewizji

Wersja	Data	Autor	Status
1.0	10.01.2014	Adam Włodarczak	Wersja wewnętrzna
1.1	24.01.2014	Adam Włodarczak	Technologia, interfejs
1.2	25.01.2014	Adam Włodarczak	Panel współpracy z organizatorami
1.3	27.01.2014	Adam Włodarczak	Panel zarządzania sprzedażą

Spis treści

1. Projekt i otoczenie.....	6
1.1. Firma	6
1.2. Charakterystyka aktualnych procesów biznesowych w firmie Advertigo S.A. .	7
1.3. Analiza potrzeb, główne cele i założenia systemu	8
1.4. Technologia systemu klasy B2B	11
1.5. Interfejs systemu klasy B2B.....	25
2. Panel współpracy z organizatorami koncertów, promotarami	29
2.1. Logowanie i przypominanie hasła	29
2.2. Rejestracja	29
2.3. Newsletter	30
2.4. Edytuj dane personalne	30
2.5. Obiekty	31
2.6. Wykonawcy.....	33
2.7. Wydarzenia	34
2.8. Proces dystrybucji.....	37
3. Panel zarządzania bieżącą sprzedażą i rozliczeniami	39
3.1. Logowanie i przypominanie hasła	39
3.2. Newsletter	39
3.3. Edytuj dane personalne	40
3.4. Zawarcie umowy o współpracy	40
3.5. Zlecenie usługi dystrybucji biletów	41
3.6. Przekazywanie informacji o stopniu zaawansowania realizacji zlecenia	41

3.7. Zarządzanie procesem dystrybucji	41
3.8. Rozliczenie zlecenia	43
4. CMS	43
4.1. Newsletter	43
4.2. FAQ.....	44
4.3. Zarządzanie stronami tekstowymi	44
5. Panel administratora systemu.....	45
5.1. Zarządzanie partnerami.....	45
5.2. Baza użytkowników	45
5.3. Uprawnienia administracyjne	46
6. Front-end – prezentacja oferty.....	47
6.1. Strona główna prezentacji oferty.....	47
6.2. Proces rejestracji w systemie	53
6.3. Podgląd Wydarzenia.....	54
6.4. Proces zamawiania biletu na Wydarzenie	60
7. Pozostałe.....	65
7.1. Harmonogram prac	65
Zakończenie	67
Spis rysunków i ilustracji.....	68

1. Projekt i otoczenie

1.1. Firma

Firma Advertigo S.A. (wcześniej pod nazwą AD MUSIC S.A.) istnieje od 2010 roku. Jest spółką medialną działającą w Internecie i na rynku prasy. Pierwszą część działalności stanowią tematyczne serwisy internetowe zarówno z branży gamingowej, jak i muzycznej. Druga część działalności związana jest z rynkiem prasy. W portfolio spółka posiada dwa miesięczniki o pozycji lidera w swoich segmentach rynku i wyrobionej marce: „Teraz Rock” – magazyn muzyczny z ponad 20-letnią tradycją oraz „PSX Extreme” – pismo o grach na konsole (15 lat na rynku). Advertigo S.A. wydaje także kwartalnik „Teraz Rock Kolekcja” poświęcony największym gwiazdom muzyki rockowej.

Firma ADVERTIGO S.A. jest spółką medialną działającą w Internecie i na rynku prasy. Pierwszą część działalności Advertigo S.A. stanowią tematyczne serwisy internetowe zarówno z branży rozrywki multimedialnej, jak i muzycznej. Druga część działalności Advertigo S.A. związana jest z rynkiem prasy. W portfolio firmy znajdują się dwa miesięczniki o pozycji lidera w swoich segmentach rynku i wyrobionej marce: „Teraz Rock” – magazyn muzyczny z 20-letnią tradycją oraz „PSX Extreme” – pismo o grach na konsole (15 lat na rynku). Firma wydaje także kwartalnik „Teraz Rock Kolekcja” poświęcony największym gwiazdom muzyki rockowej. Wśród serwisów internetowych należących do Advertigo S.A. , znajdują się natomiast: www.ppe.pl - portal ogólnokonsolowy, www.ps3site.pl - portal dla fanów konsoli PlayStation, www.terazrock.pl - oficjalny serwis miesięcznika "Teraz Rock", www.xboxsite.pl - portal dla fanów konsoli Xbox, www.psxextreme.info - forum ogólnokonsolowe, www.ps3forum.pl - forum dla fanów konsoli PlayStation.

1.2. Charakterystyka aktualnych procesów biznesowych w firmie Advertigo S.A.

Spółka jako dostawca usług dla firm z sektora rynku prasowego, w tym prasy elektronicznej, oferuje pełne spektrum działań w zakresie marketingu, product placement i wsparcia sprzedaży w oparciu o szerokie portfolio produktów reklamy on-line, reklamy w wydawnictwach, usług multimedialnych itp. Advertigo S.A. jest liderem swojego sektora rynku w zakresie współpracy i obsługi usług branży muzycznej i rozrywki multimedialnej, służąc firmom działającym na tym rynku wsparciem i partnerstwem.

Jako twórca środowiska know-how z zakresu przemysłu prasy muzycznej i rozrywki multimedialnej Advertigo S.A. stymuluje rozwój gospodarki elektronicznej poprzez tworzenie nowych, innowacyjnych usług B2B, do których można zaliczyć rekomendowany system ułatwiający współpracę z partnerami Advertigo S.A. poprzez rozszerzenie działalności o e-commerce i uruchomienie serwisów tego typu. W efekcie powstanie serwis sprzedający bilety zarówno na koncerty jak i wszelkiego rodzaju wydarzenia sportowe oraz kulturalne. Obsługa wszelkich relacji B2B w tym zakresie działalności firmy odbywała się będzie drogą elektroniczną, a firmy współpracujące otrzymają narzędzie, które pozwoli wszystkim wdrażać zaawansowane procesy technologiczne.

Advertigo S.A. pozyskuje dochody poprzez działalność usługową w zakresie reklamy, promocji, e-commerce skierowaną do firm z branży muzycznej oraz rozrywki multimedialnej, realizowaną przy wykorzystaniu najnowocześniejszych narzędzi i nośników. W ramach oferowanych usług Spółka realizuje internetowe kampanie promocyjne w oparciu o reklamy kontekstowe, reklamy banerowe, pozycjonowanie SEM (SEO + PPC), porady multimedialne, boxy reklamowe i inne narzędzia możliwe do wykorzystania poprzez dostępne media prasowe elektroniczne.

Oprócz wymienionej działalności on-line Advertigo S.A. prowadzi też projekty marketingowe kanałem prasy tradycyjnej w sektorze muzycznym i rozrywki multimedialnej. Dla wprowadzenia innowacyjnego charakteru tych przedsięwzięć Advertigo S.A. przygotowuje panele zarządzania bieżącą sprzedażą i rozliczeniami oraz panel współpracy z organizatorami koncertów i promotorami.

W okresie objętym projektem Advertigo S.A. planuje kontynuować działalność obejmującą rozwijanie integracji systemów informatycznych przedsiębiorstw, pomagając zautomatyzować wiele procesów reklamowych, logistycznych, marketingowych, dystrybucyjnych za pomocą zaawansowanych technologii teleinformatycznych w celu pełniejszej i szybszej realizacji niniejszych procesów.

Powyższe procesy Advertigo S.A. planuje ponadto uzupełnić poprzez możliwość wysłania informacji biznesowych do wszystkich kontrahentów lub do wyselekcjonowanej ich grupy. W wyniku realizacji projektu poprawie ulegnie efektywność współpracy między przedsiębiorstwami partnerskimi, co z kolei przełoży się na wzmocnienie relacji i zwiększenie intensywności współpracy.

Advertigo S.A. skupia środowisko firm usług prasy muzycznej i rozrywki multimedialnej B2B i jest dla nich ważnym Partnerem w realizacji procesów biznesowych. Obserwacja panujących na zagranicznych rynkach tendencji rozwojowych e-commerce w branży usług marketingu muzycznego pozwala prognozować dynamiczny rozwój przedsięwzięć podobnych do tych, które realizować w ramach niniejszego projektu planuje Advertigo S.A.

1.3. Analiza potrzeb, główne cele i założenia systemu

System powinien umożliwiać realizację zautomatyzowanych procesów biznesowych dotyczących relacji Advertigo S.A. z przedsiębiorstwami reprezentującymi podmioty organizujące różnego rodzaju imprezy muzyczne, sportowe oraz kulturalne, a

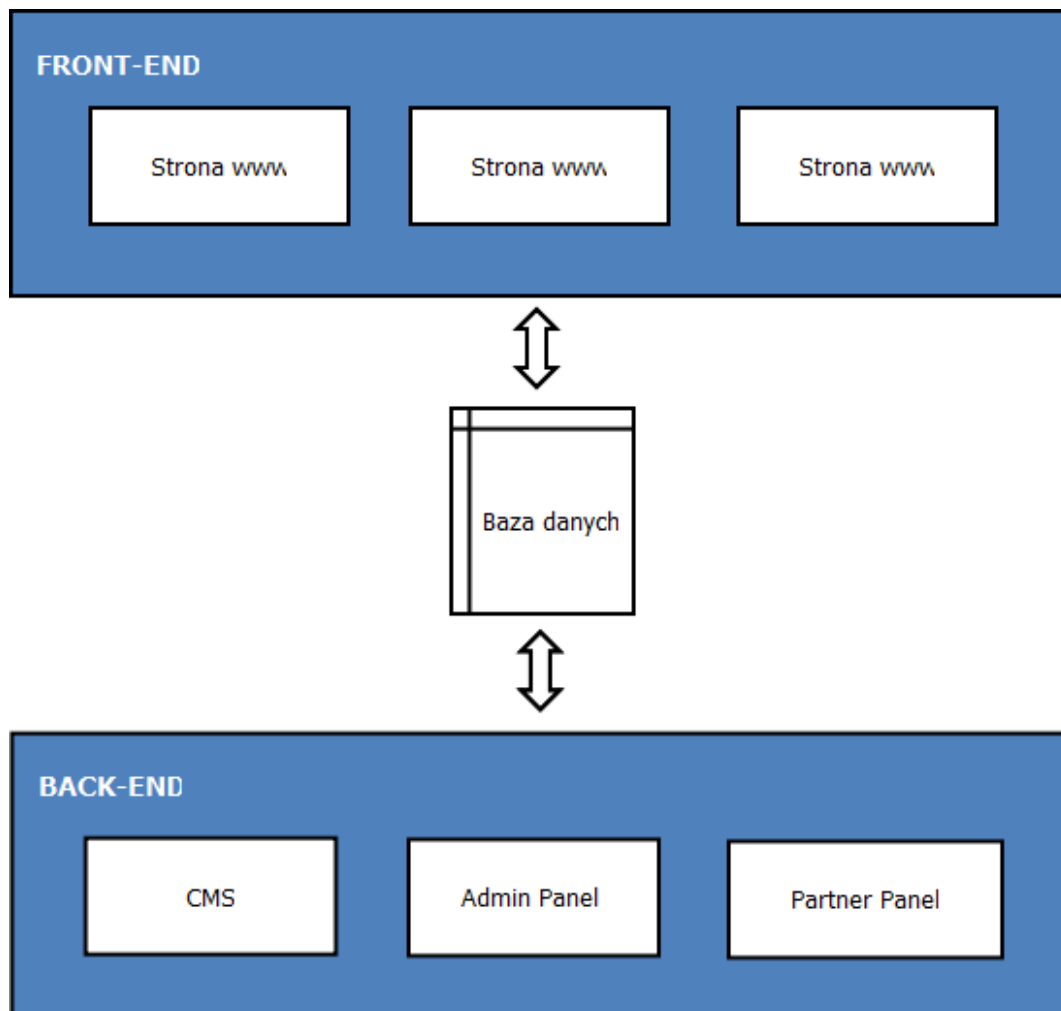
szczególnie agencjami koncertowymi oraz różnego rodzaju promotorami, które są zainteresowane nowymi kanałami sprzedaży umożliwiającymi im sprawną obsługę procesu sprzedaży. Firmy, które zdecydują się na współpracę z firmą Advertigo S.A. powinny otrzymać narzędzie – panel - który pozwoli wszystkim przedsiębiorstwom zajmującym się organizacją takich imprez w prosty sposób zlecać firmie Advertigo realizację procesu sprzedaży biletów na dane wydarzenie, konfigurować politykę sprzedaży (m.in. zarządzać promocjami), monitorować stopień zaawansowania procesu sprzedaży wejściówek, podejmować działania optymalizujące sprzedaż a także ułatwiać kontrolę stanu płatności za współpracę z dystrybutorem – firmą Advertigo S.A. Digitalizacja tych procesów pozwoli na automatyzację procesów związanych z rozdystrybuowaniem wejściówek na realizowane przez nich wydarzenie.

W ramach niniejszego projektu rekomendujemy zbudowanie jednego systemu B2B składającego się z modułów podzielonych w 2 panele. Kontrahenci będą mieli dostęp do funkcjonalności systemu - będą nadane im uprawnienia dostępu, zgodnie z którymi poszczególni partnerzy uzyskają dostęp do tych funkcjonalności, które dotyczą współpracy pomiędzy nim a Advertigo S.A.

System powinien zautomatyzować szereg procesów biznesowych pomiędzy przedsiębiorstwem Advertigo S.A. a przedsiębiorstwami organizującymi różnego rodzaju imprezy kulturowe, sportowe i muzyczne (agencje koncertowe, promotorzy), z którymi firma Advertigo S.A. nawiąże współpracę w wyniku wdrożenia systemu będącego przedmiotem projektu. Advertigo S.A. obecnie nie dysponuje rozwiązaniem technologicznym, które pozwalałoby w sprawny sposób realizować procesy związane ze współpracą w zakresie przekazywania informacji związanych z dystrybuowaniem biletów. Wdrożenie takiego systemu jest niezbędne dla Advertigo S.A., aby przedsiębiorstwo mogło się rozwijać poprzez rozpoczęcie działalności w tym segmencie i sprawnie konkurować z innymi przedsiębiorstwami.

Realizacja projektu powinna polegać na zakupie aplikacji B2B jako WNiP, która wykonana zostanie przez podmiot zewnętrzny, dedykowany potrzebom Advertigo

S.A. oraz przedsiębiorstw do których jest kierowane to rozwiązanie informatyczne. Jako aplikację B2B należy rozumieć tutaj oprogramowanie składające się z modułów informatycznych pozwalających na osiągnięcie zaplanowanych funkcjonalności w zakresie określonych obszarów współpracy z partnerami, tj. modułu – panelu współpracy z organizatorami koncertów, promotorami oraz modułu – panelu zarządzania bieżącą sprzedażą i rozliczeniami.



Zdjęcie 1. Schemat architektury systemu klasy B2B dla Advertigo S.A.

1.4. Technologia systemu klasy B2B

Wdrożony system składać się powinien z modułów tematycznych, które będą się bezpośrednio odnosiły do poszczególnych procesów biznesowych, informacyjnych oraz komunikacyjnych, jakie zachodzą pomiędzy firmą Advertigo S.A., a jej partnerami, w związku z realizacją konkretnych zadań panelu współpracy z organizatorem, promotorem bądź panelu zarządzania bieżącą sprzedażą i rozliczeniami. Dzięki sugerowanej integracji w systemie każdej ze stron, powinno być możliwe dostosowanie zakresu i funkcji systemu do zidentyfikowanych w danym momencie potrzeb użytkowników. Wszystkie moduły procesowe winny zostać tak opracowane, aby umożliwić funkcjonalnie powiązanie poszczególnych procesów po obydwu stronach (Advertigo S.A.– partner), co z kolei powinno zapewnić spójność i funkcjonalność proponowanej aplikacji.

Wprowadzona do użytku aplikacja zawierać powinna w sobie zestaw niezbędnych narzędzi, pozwalających m.in. na sprawne zarządzanie kalendarzem prowadzonych projektów, kontrolę terminów realizacji zadań oraz wprowadzanie odpowiednich modyfikacji w ich zakresie, identyfikację i rozwiązywanie problemów powstałych w trakcie realizacji danego przedsięwzięcia, kontrolę dokumentacji i aktualnego zapotrzebowania na usługi Advertigo S.A., czy bezpośrednie zarządzanie procesem rozliczenia.

Zalecana technologia przy wdrożeniu systemu B2B to XHTML, PHP5, MySQL5, CSS3, JavaScript, JQuery, AJAX. Zgodna ze standardami World Wide Web Consortium (W3C).

Rekomendujemy, aby język PHP5 został użyty do stworzenia poszczególnych modułów serwisu, opisanych w tym dokumencie. Baza danych w MySQL w najnowszej, stabilnej wersji. Elementy dynamiczne z wykorzystaniem JavaScript oraz technologii AJAX/XML.

PHP został utworzony w 1994 roku przez Rasmusa Lerdora. Człowiek ten chcąc wzbogacić swoją stronę WWW o możliwość śledzenia ilości odwiedzin wpadł na

pomysł utworzenia języka programowania, który mógłby mu na to pozwolić. Tak właśnie powstał język PHP, który początkowo nie miał zbyt wielu możliwości, jednak dosyć szybko zdobył przychylność użytkowników. Już w 1995 roku została wydana wersja o nazwie Personal HomePage Tool. Możliwości tego języka nadal były niewielkie, jednak można było już dzięki niemu utworzyć takie aplikacje jak: licznik odwiedzin, prosta księga gości itp. W tym samym roku autor wprowadził dwie bardzo istotne dla tego języka zmiany, pierwsza to moduł przetwarzający dane z formularzy HTML, natomiast druga to obsługa bazy danych MySQL. Dzięki tym zmianom powstała kolejna wersja, tzw. PHP/FI 2. Od momentu powstania tej wersji PHP zaczął się rozwijać w znacznie szybszym tempie, a witryn używających tego języka przybywało z dnia na dzień. W roku 2002 liczba stron korzystających z PHP wynosiła 5 milionów.

Niektóre języki takie jak HTML, czy JavaScript wykonywane są po stronie klienta, PHP natomiast należy do języków wykonywanych po stronie serwera. Jest to język który służy przede wszystkim do tworzenia aplikacji sieci Web. Kod PHP interpretowany jest przez serwer WWW, oznacza to, że programu nie trzeba kompilować przed jego wykonaniem. Tak więc gdy serwer WWW otrzymuje dokument ze skryptem PHP przesyła go do interpretera, ten z kolei po wykonaniu skryptu generuje kod HTML, który wysyłany jest do klienta. Właśnie dlatego gdy użytkownik wejdzie w źródło strony w przeglądarce zobaczy jedynie czysty kod HTML. Dokumenty które zawierają skrypty PHP przeważnie zawierają pomieszany kod HTML z kodem wykonywanych aplikacji. Hypertext Preprocessor jest produktem Open Source, co oznacza, że każdy ma możliwość podglądu jego kodu źródłowego, co więcej można go dowolnie modyfikować i rozpowszechniać, nie ponosząc żadnych kosztów.

Tworząc aplikacje sieci Web możemy skorzystać z wielu produktów. To jakich wybierzemy może zależeć od wielu czynników, między innymi od sprzętu jaki jest przeznaczony na serwer WWW, jego oprogramowania, systemu operacyjnego na którym serwer pracuje, także od systemu zarządzającego bazą danych. Często zdarza

się, że niektóre z tych elementów są zależne od innych. Mogą wtedy wystąpić problemy z powodu ich ograniczeń. Zdarza się na przykład, że dany język programowania nie współpracuje z wszystkimi bazami danych, inny problem może wystąpić wtedy gdy nie możemy uruchomić danego systemu operacyjnego, bo na przykład mamy za stary sprzęt. Dlatego rekomendujemy wybranie języka PHP, nie ma on wysokich wymagań sprzętowych i współpracuje praktycznie z wszystkimi bazami danych. Jedną z najlepszych cech tego języka jest to, że współpracuje on zarówno z platformą Microsoft Windows jak i wieloma dystrybucjami systemu UNIX, a także innymi serwerami sieci Web.

Porównując PHP na przykład do języka Perl, czy ASP, można stwierdzić, że ma on dużą wydajność. Inwestując w jeden niedrogi serwer i instalując na nim PHP można obsługiwać nawet miliony trafień dziennie. Testy wydajności potwierdzają takie założenie i pokazują wyższość PHP nad konkurentami. Dzięki mechanizmom, które zawarte są w tym języku możliwe jest korzystanie z wielu systemów baz danych. PHP obsługuje między innymi: MySQL, mSQL, dbm, Oracle, PostgreSQL, Hyperwave, filePro, Sybase, InterBase, Informix i inne. Język ten korzysta ze standardu ODBC (Open Database Connectivity) i jeśli dla danej bazy istnieje właśnie sterownik ODBC, wówczas można się z nią połączyć. Dzięki takiemu rozwiązaniu można na przykład korzystać z produktów firmy Microsoft i wielu innych. Dużą siłą języka PHP tkwi w jego wbudowanych bibliotekach. Ma on mnóstwo funkcji które są bardzo pomocne w tworzeniu aplikacji internetowych. Dzięki tym funkcjom w łatwy sposób możemy przykładowo łączyć się z innymi usługami sieciowymi (SSL, IMAP, SMTP, IRC), otwierać gniazda sieciowe, podłączać się do innych protokołów TCP/IP, wysyłać pocztę dzięki funkcji mail(), korzystać z cookies (popularnych "ciasteczek"), czy nawet generować dokumenty PDF, a także grafikę.

To, że język PHP zyskał uznanie tak wielu użytkowników, wynika z faktu, że zawiera on bardzo małą ilość wad. Do jednej z nielicznych wad PHP można zaliczyć to, iż strona pisana przez mało doświadczonego programistę, może być nieodpowiednio

zabezpieczona. Często niedoświadczeni użytkownicy zapominają stosować funkcji `addslashes()` przy wysyłaniu zapytań do bazy danych. Funkcja ta wstawia znak "\" przed znakami specjalnymi takimi jak: " ' ", czy "/". Zapominając o stosowaniu tej funkcji osoba o wrogich zamiarach, dzięki atakowi zwanemu "SQL Injection" może włamać się do bazy danych. Może to spowodować katastrofalne konsekwencje w postaci zmiany treści zawartych w bazie, usunięcia tabel, a nawet całej bazy danych.

PHP jest popularnym językiem programowania, który idealnie pasuje do projektowania dużych aplikacji internetowych. Język ten zalecany jest do:

- budowania interfejsów dla klientów do zarządzania informacją online,
- tworzenia różnorodnych formularzy
- innych interaktywnych elementów platform i systemów klasy B2B,
- budowania dowolnych rozwiązań e-commerce dla małych i średnich firm.

PHP jest najczęściej stosowany do tworzenia skryptów po stronie serwera WWW, ale może być on również używany do przetwarzania danych z poziomu wiersza poleceń, a nawet do pisania programów pracujących w trybie graficznym (np. za pomocą biblioteki GTK+, używając rozszerzenia PHP-GTK). Implementacja PHP wraz z serwerem WWW Apache oraz serwerem baz danych MySQL określana jest jako platforma AMP (w środowisku Linux – LAMP, w Windows – WAMP). Ponadto PHP można uruchomić na serwerze IIS (Windows) oraz w chmurze Windows Azure.

Skrypty napisane w PHP są z reguły umieszczane w plikach tekstowych (czasami razem z kodem HTML lub XHTML). Dzięki temu PHP jest podobny w założeniach do coraz rzadziej stosowanego mechanizmu Server Side Includes. PHP pozwala także na wykonywanie skryptów z linii poleceń podobnie jak Perl, Python oraz Ruby. Jego modułowa budowa daje również możliwość programowania samodzielnych aplikacji z interfejsem graficznym. PHP umożliwia współpracę z wieloma rodzajami źródeł danych, takich jak systemy zarządzania bazami danych, pliki tekstowe, dokumenty XML oraz serwisy WWW.

W PHP powstała znaczna część obecnie istniejących aplikacji sieciowych. Należą do nich systemy zarządzania treścią, systemy forów dyskusyjnych, aplikacje pocztowe oraz klienty baz danych.

WNIOSKI:

Rekomendujemy wykorzystanie najnowszej, stabilnej wersji PHP 5.

MySQL jest Systemem Zarządzania Relacyjnymi Bazami Danych. Znany i ceniony jest przede wszystkim ze względu na swoją niebywałą wydajność i szybkość działania. Świetnie nadaje się do obsługi projektów internetowych, ale nie tylko - z powodzeniem używany jest również w wielkich projektach informatycznych organizacji, takich jak chociażby NASA. Przeciwnicy MySQL'a często mówią, jak to bardzo brakuje mu wielu ficzerów, które posiadają prawdziwe, duże systemy baz danych. Ze swojego doświadczenia wiem, że część z tych ludzi nawet nie rozróżnia wersji systemu, które oferuje nam firma MySQL AB (producent MySQL). MySQL był pisany raczej z myślą o szybkości niż kompatybilności ze standardem SQL – przez dłuższy czas MySQL nie obsługiwał nawet transakcji, co było zresztą głównym argumentem przeciwników tego projektu. MySQL obsługuje większą część obecnego standardu ANSI/ISO SQL (tj. SQL:2003). Wprowadza również swoje rozszerzenia i nowe elementy języka.

MySQL zawiera wsparcie dla replikacji bazy danych (w trybie master-slave) i wielojęzyczności – każda tabela, a nawet każde pole może mieć własne ustawienie kodowania znaków.

Ogólne cechy MySQL to między innymi:

- Napisany w C i C++ (wydajność!).
- API dla wielu języków programowania: C, C++, Eiffel, Java, Perl, PHP, Python, Ruby, Tcl.

- Pełna wielowątkowość, korzystająca z wątków kernela. Oznacza to, że MySQL będzie pracował na maszynie wieloprocesorowej, jeśli tylko taką posiadasz.
- Opcjonalna obsługa transakcji.
- B-drzewa z kompresowanymi indeksami. To wam się przyda, jakbyście mieli wiiiieeelkie bazy ;) Wystarczy powiedzieć, że znacząco wpływa na czas wyszukiwania i pobierania danych (wierszy) z bazy.
- Istnieje możliwość "osadzenia" (ang. embed) serwera MySQL w aplikacji, którą piszemy. Jeśli ktoś potrzebuje funkcjonalności systemu baz danych, a niekoniecznie chce się bawić w klient-serwer, to czemu nie?
- Duża liczba typów danych w kolumnach. Liczby, ciągi znakowe, obiekty binarne (BLOB), data & czas, typy wyliczeniowe, zestawy. Na uwagę zasługuje fakt, że w MySQL możemy daną kolumnę dostosować do pewnej wielkości danych, które zamierzamy w niej przechowywać (np. TINYINT, a nie INT), tym samym uzyskujemy większą wydajność i mniejsze zużycie pamięci (również dyskowej). Istnieje możliwość definiowania niektórych typów danych jako narodowych (różne standardy kodowania chociażby).
- Obsługa klauzul agregujących i grupujących SQL.
- Złączenia zewnętrzne (LEFT & RIGHT).
- Komenda SHOW pozwalająca przeglądać informacje na temat baz, tabel i indeksów. Komenda EXPLAIN opisująca pracę optymalizatora zapytań.
- Bardzo prosty (z punktu widzenia administratora) system zabezpieczeń. Wszystkie hasła są szyfrowane.
- Połączenia z serwerem przez: TCP/IP, ODBC, JDBC.

MySQL - oprogramowanie bazodanowe typu open source, które z liczbą ponad 100 milionów ściągnięć w ciągu całej swojej historii jest najpopularniejszym oprogramowaniem tego typu na świecie. Ze swoją szybkością, niezawodnością i łatwością w użyciu MySQL stał się preferowanym wyborem menadżerów firm IT

ponieważ eliminuje on główne problemy związane z przestojami, konserwacją oraz administracją nowoczesnych aplikacji internetowych.

Wiele z największych i najszybciej rozwijających się organizacji na świecie takich jak: YouTube, Google, Yahoo!, Wikipedia oraz Nokia używa baz danych MySQL aby oszczędzać czas i pieniądze potrzebne do utrzymania swoich ogromnych witryn.

MySQL jest kluczową częścią zestawu oprogramowania LAMP (Linux, Apache, MySQL, PHP) stanowiącego popularną platformę serwerową dynamicznych stron WWW. Coraz więcej firm korzysta z tego rozwiązania jako alternatywy dla drogiego oprogramowania z powodu niższych kosztów oraz większej swobody w wyborze platformy sprzętowej.

WNIOSKI:

Rekomendujemy skorzystanie z modułu memcached w celu optymalizacji obciążeń bazodanowych oraz wykorzystanie najnowszej stabilnej wersji MySQL.

XHTML, to następca i de facto aktualna wersja języka HTML.

Zawartość sieci jest dostarczana nie tylko do komputerów, ale także do wielu innych urządzeń, takich jak np. urządzenia mobilne, w których nie można akceptować "łaskawości" HTML'a - im składnia jest luźniejsza tym trudniej ją przetworzyć. DTD definiuje reguły, zgodnie z którymi dokument może zostać zweryfikowany.

Większość popularnych przeglądarek internetowych poprawnie wyświetla dokumenty XHTML. Podobnie, niemal wszystkie przeglądarki zgodne z XHTML renderują poprawnie HTML.

Prawdziwe możliwości XHTML uwidaczniają się dopiero w połączeniu z kaskadowymi arkuszami stylów (CSS) - rozdzielenie treści od jej wizualizacji staje się kluczową cechą kodu wyświetlanej strony.

Zmiany zawarte w XHTML w stosunku do HTML są niewielkie i mają na celu zwiększenie zgodności z XML. Najważniejszą zmianą jest wymóg absolutnej poprawności znaczników HTML. Dodatkowo, w XHTML wszystkie znaczniki muszą być pisane małymi literami. W XHTML wszystkie atrybuty, nawet numeryczne, muszą być objęte cudzysłowami (wcześniej nie było to wymagane - cudzysłowów był wymagany jedynie wtedy, gdy treść zawierała jedynie znaki alfanumeryczne i dozwolone znaki specjalne). Poza tym wszystkie elementy muszą być także domknięte, łącznie z pustymi, jak `img` i `br`.

Zalecamy, aby wdrożony system był zgodny ze standardem XHTML 1.0 Strict. W systemie powinny być także zastosowane Cascading Style Sheets (CSS) - kaskadowe arkusze stylów, które są prostym zbiorem reguł, które formatują poszczególne elementy systemu, jak obrazki, czcionki, formularze, boksy. Zastosowanie arkuszy pozwoli w przyszłości na łatwe i elastyczne modyfikowanie wyglądu systemu.

XHTML/1.0 nie jest następcą HTML, a jedynie przedstawieniem HTML 4.01 w postaci XML. XHTML/2.0 miał być następcą HTML, niekompatybilnym wstecz, ale ze względu na niekompatybilność Internet Explorera, a co za tym idzie niechęć użytkowników, W3C zdecydowało o kontynuowaniu linii XHTML/1.0 i HTML 4 jako XHTML 1.1 i HTML 5.

W odróżnieniu od HTML-a (który jest zastosowaniem SGML), dokumenty pisane w XHTML są zgodne z oficjalną specyfikacją XML (to znaczy, że dokumenty w XHTML są poprawnymi dokumentami XML) i dzięki temu można je łatwo generować z innych dokumentów XML przy pomocy np. transformacji XSLT, a także automatycznie przekształcać w inne formy XML-a. Dzięki temu dokumenty te posiadają większe

możliwości, jak choćby wstawianie innych dokumentów za pomocą jednej metody (element `<object/>`), zagnieżdżanie wzorów matematycznych (język MathML), czy grafik wektorowych (język SVG). Jedną z największych zalet XHTML jest możliwość łączenia z innymi językami zgodnymi z XML, np. wspomniany już MathML czy SVG. Odbyna się to dzięki wykorzystaniu mechanizmu przestrzeni nazw XML.

Obecnie nowe przeglądarki, takie jak Firefox czy Opera, praktycznie w pełni obsługują XHTML, lecz program mający największy udział w rynku – Internet Explorer – obsługuje XHTML-owy typ zawartości dopiero od wersji 9. W praktyce zmuszało to webmasterów do stosowania dla dokumentów XHTML starego HTML-owego typu zawartości – dzięki temu, że XHTML w wersji 1.0 „symuluje” HTML 4 (tzn. posiada praktycznie taki sam zestaw elementów i atrybutów), wyświetlanie XHTML jako HTML nie sprawia większych problemów w żadnej przeglądarce, o ile dokument nie wykorzystuje dodatkowych możliwości XHTML, których nie ma w HTML (przedrostków nazw elementów, innych przestrzeni nazw, XML DOM), zachowanie to uznawane jest za nieprawidłowe, choć dopuszczalne, ze względu na niezgodność wcześniejszych wersji Internet Explorera.

JavaScript jest bardzo popularnym językiem programowania używanym do pisania skryptów działających w przeglądarce użytkownika. Zalecamy użycie JavaScript do między innymi:

- dynamicznego sprawdzania poprawności wprowadzanych danych przez użytkowników,
- przechowywania i przetwarzania danych zalogowanych użytkowników.
- dodawania dynamicznych elementów na strony www.

JavaScript jest skryptowym językiem programowania, stworzonym przez firmę Netscape, najczęściej stosowany na stronach internetowych. Pod koniec lat 90. XX

wieku organizacja ECMA wydała na podstawie JavaScriptu standard języka skryptowego o nazwie ECMAScript. Głównym autorem JavaScriptu jest Brendan Eich.

Skrypty służą najczęściej do zapewnienia interaktywności poprzez reagowanie na zdarzenia, sprawdzania poprawności formularzy lub budowania elementów nawigacyjnych. Podczas wzbogacania funkcjonalności strony internetowej istotne jest, aby żaden element serwisu nie stał się niedostępny po wyłączeniu obsługi JavaScriptu w przeglądarce. Skrypt JavaScriptu ma znacznie ograniczony dostęp do komputera użytkownika (o ile nie zostanie podpisany cyfrowo). Niektóre strony WWW zbudowane są z wykorzystaniem JavaScriptu po stronie serwera, jednakże znacznie częściej korzysta się w tym przypadku z innych języków.

W języku JavaScript można także pisać pełnoprawne aplikacje. Fundacja Mozilla udostępnia środowisko złożone z technologii takich jak XUL, XBL, XPCOM oraz JSLib. Umożliwiają one tworzenie korzystających z zasobów systemowych aplikacji o graficznym interfejsie użytkownika dopasowującym się do danej platformy. Przykładem aplikacji napisanych z użyciem JS i XUL może być klient IRC o nazwie ChatZilla, domyślnie dołączony do pakietu Mozilla. Microsoft udostępnia biblioteki umożliwiające tworzenie aplikacji JScript jako część środowiska Windows Scripting Host. Ponadto JScript.NET jest jednym z podstawowych języków środowiska .NET. Istnieje także stworzone przez IBM środowisko SashXB dla systemu Linux, które umożliwia tworzenie w języku JavaScript aplikacji korzystających z GTK+, GNOME i OpenLDAP.

Wszystkie implementacje JavaScriptu dostępne w przeglądarkach internetowych dostarczają obiektów reprezentujących drzewo dokumentu. Mogą także umożliwiać tworzenie ciasteczek, manipulowanie oknami przeglądarki, wyświetlanie prostych okien dialogowych, pobieranie informacji o przeglądarce, zarządzanie jej pluginami oraz arkuszami stylów. Reagują także na zdarzenia wywoływane w interfejsie.

WNIOSKI:

We wdrożeniu systemu klasy B2B, rekomendujemy skorzystanie z bibliotek jQuery.

The Extensible Markup Language (XML) jest językiem formalnym, zbliżonym do składni języka HTML. Został zaprojektowany w celu przechowywania danych tekstowych. Zalecamy użycie języka XML do składowania danych konfiguracyjnych systemu.

XML jest niezależny od platformy, co umożliwia łatwą wymianę dokumentów pomiędzy heterogenicznymi (różnymi) systemami i znacząco przyczyniło się do popularności tego języka w dobie Internetu. XML jest standardem rekomendowanym oraz specyfikowanym przez organizację W3C.

WNIOSKI:

Rekomendujemy zastosowanie technologii prywatnej chmury obliczeniowej.

Chmura obliczeniowa to model przetwarzania oparty na użytkowaniu usług dostarczonych przez usługodawcę (wewnętrzny dział lub zewnętrzna organizacja – w przypadku projektu systemu klasy B2B będzie to Advertigo S.A.). Funkcjonalność jest tu rozumiana jako usługa (dająca wartość dodaną użytkownikowi) oferowana przez dane oprogramowanie (oraz konieczną infrastrukturę). Oznacza to eliminację konieczności zakupu licencji czy konieczności instalowania i administracji oprogramowaniem. Partner powinien użytkować określoną usługę, np. za możliwość korzystania z panelu partnera. Nie musi dokonywać zakupu sprzętu ani oprogramowania. Termin „chmura obliczeniowa” jest związany z pojęciem wirtualizacji. Model „chmury obliczeniowej” historycznie wiąże się z przetwarzaniem w sieci grid, gdzie wiele systemów udostępnia usługi korzystając z podłączonych zasobów, z tą różnicą, że w chmurze obliczeniowej mamy do czynienia z podążaniem zasobów za potrzebami usługobiorcy. Rekomendujemy zastosowanie chmury

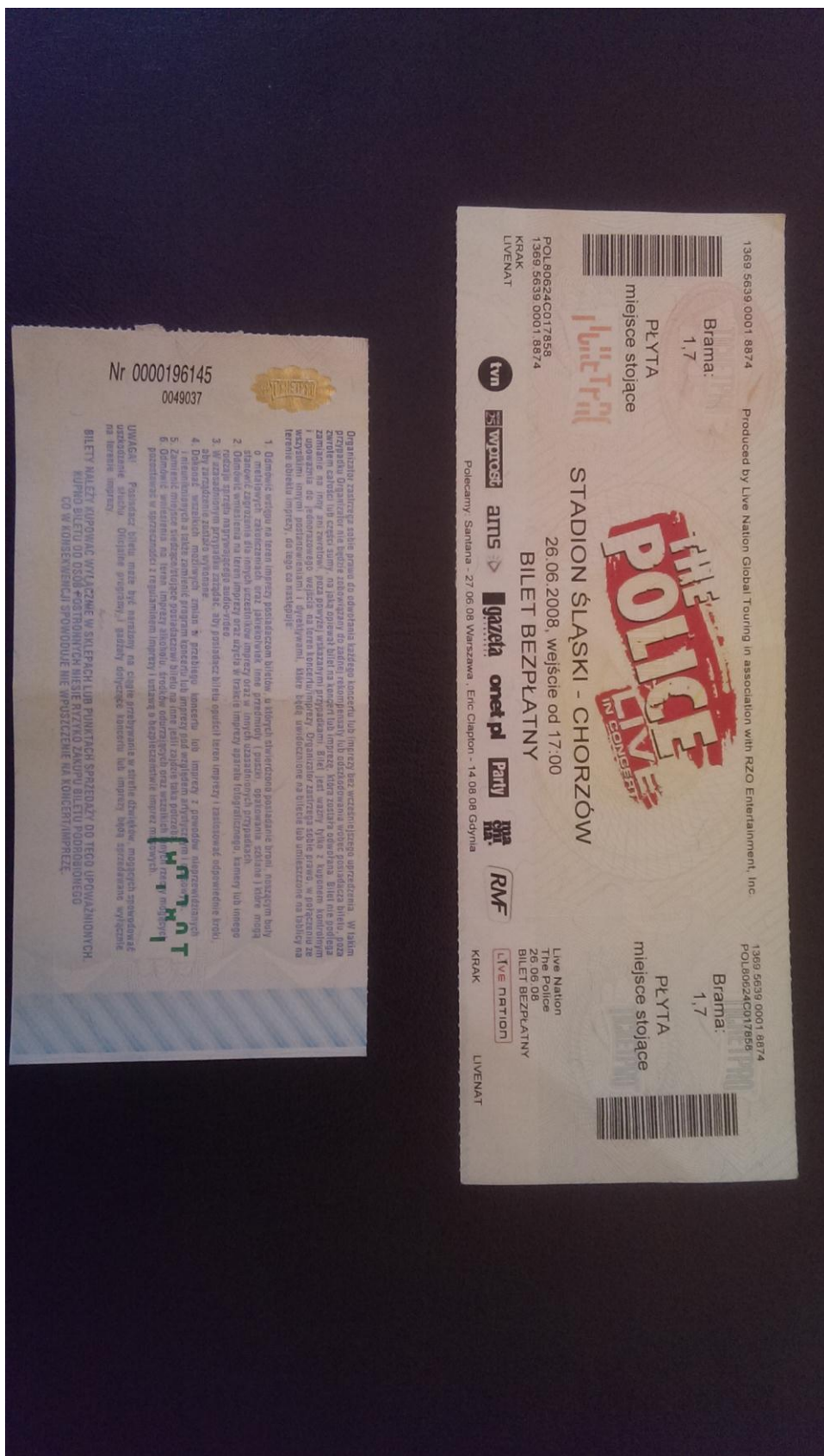
prywatnej (ang. Private cloud), będące częścią organizacji Advertigo S.A., aczkolwiek jednocześnie autonomicznym dostawcą usługi. Dzięki zastosowaniu chmury, partnerzy będą mieli swobodny dostęp do platformy B2B bez konieczności instalacji oprogramowania w swoich firmach.

Ponadto, rozwiązanie takie jest zgodne z bieżącymi trendami w rynku IT, a także przyczynia się do oszczędności na etapie wdrożenia. Z badania przeprowadzonego w 2011 na zlecenie Komisji Europejskiej przez IDC wśród firm, które korzystają z chmury obliczeniowej, wynika, że oszczędności z tym związane wyniosły średnio 10-20% kosztów IT. W przypadku 36% przebadanych przedsiębiorstw wykorzystanie cloud computing wygenerowało oszczędności w wysokości 20% wydatków na IT lub wyższej (źródło: COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT Accompanying the document COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS Unleashing the Potential of Cloud Computing in Europe (SWD (2012) 271 final). Komisja Europejska, 27.09.2012. [dostęp 2012-10-10]. s. 8.).

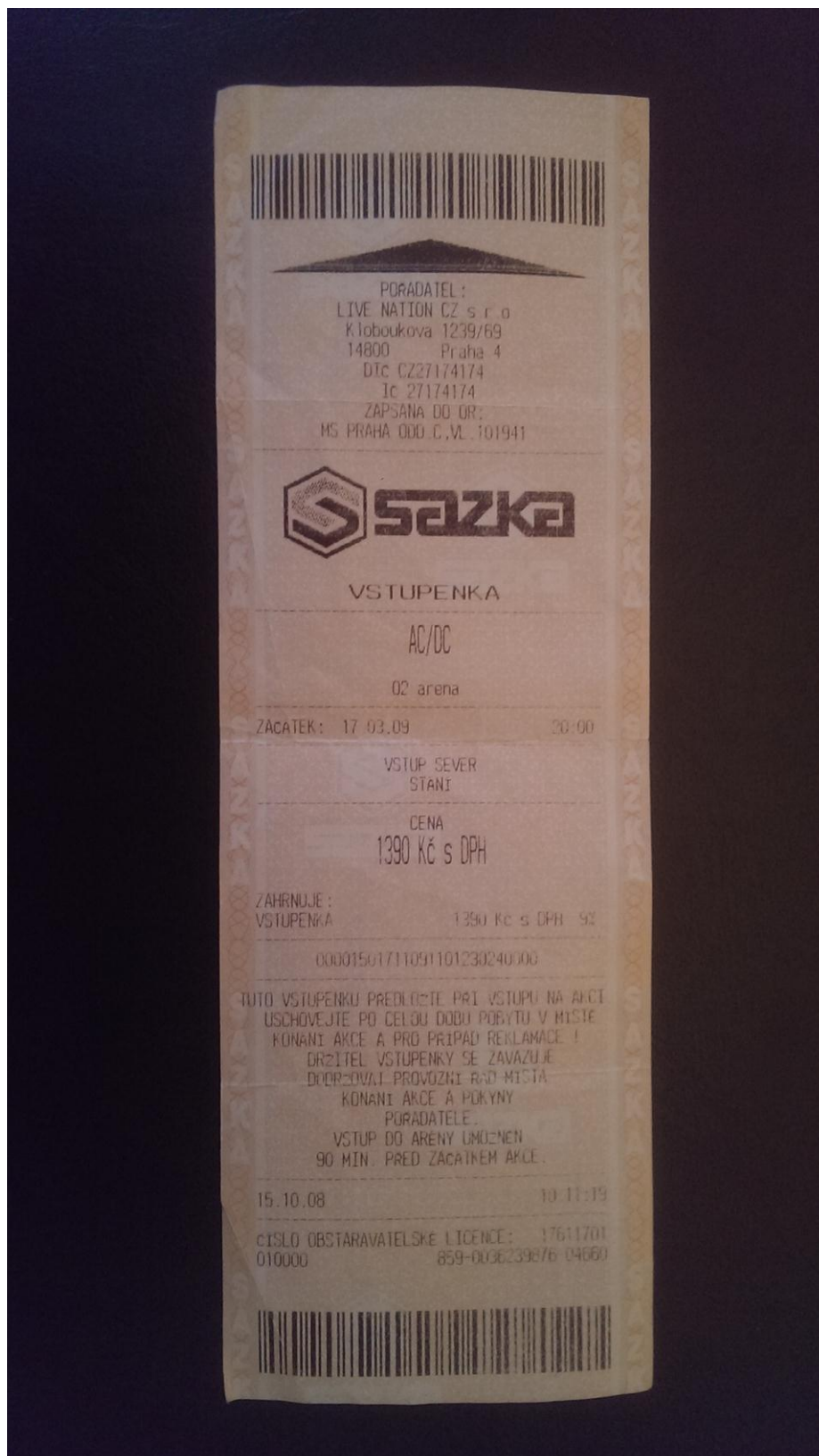
Rekomendujemy także, aby proces podpisu elektronicznego odbywał się na zasadzie akceptacji szczegółowej i precyzyjnej umowy zawieranej drogą online pomiędzy Partnerem a przedsiębiorstwem Advertigo S.A. Akceptacja elektronicznej umowy powinna być podstawą prawną do wszelkich czynności prawnych i biznesowych.

System powinien także generować **e-bilety** z unikalnym kodem zabezpieczającym, pozwalającym organizatorowi na weryfikację zakupionego i wydrukowanego biletu. UWAGA! Należy zwrócić szczególną uwagę na podrabianie biletów i drukowanie ich wielokrotnie – aspekt bezpieczeństwa transakcji i druku biletów będzie kluczowy.

Poniżej przedstawiamy kilka przykładów z wyglądem biletów z kodami zabezpieczającymi:



Zdjęcie 2. Przykładowy bilet na koncert The Police z kodem kreskowym podwójnym.

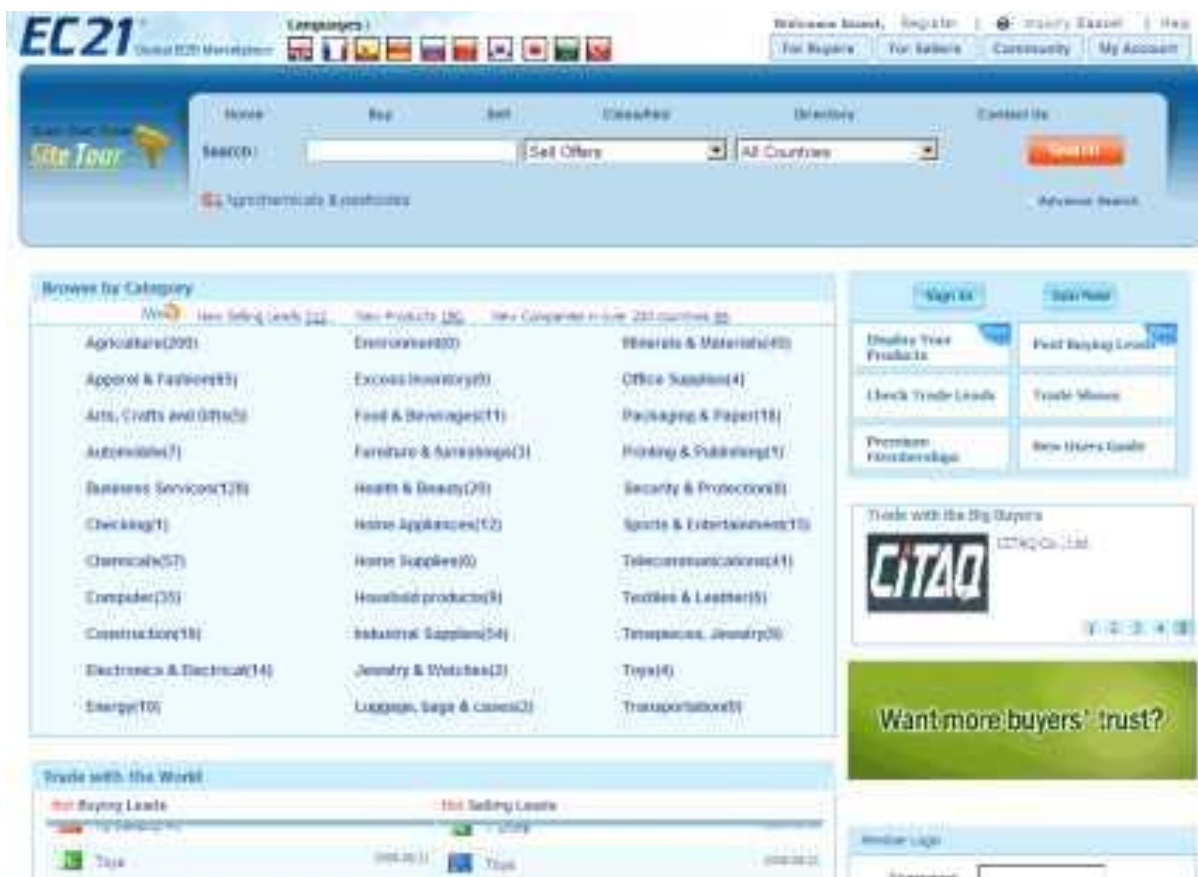


Zdjęcie 3. Przykładowy bilet z kodem kreskowym.

1.5. Interfejs systemu klasy B2B

Część główna systemu powinna interfejsem być zbliżona do rozwiązań z pakietu Microsoft Office (Word, Excel), co przełoży się na wysoką ergonomię i intuicyjność zakładanych modułów systemu B2B. Aplikacja wykonana w formie panelu dostępnego w przeglądarce internetowej, po zalogowaniu na indywidualne hasła.

Poniżej przykładowe interfejsy (źródło: Google.pl Images):



Zdjęcie 4. Przykładowy wygląd interfejsu system klasy B2B. Na przykładzie widać filtry umożliwiające szukanie skonkretyzowanych informacji, zgodnie z sugestiami użytkownika. W prawym górnym rogu ekranu dostępne opcje zarządzania systemem, takie jak edycja danych, wylogowanie się z systemu.

Company Calendar						
today May, 2011 Day						
Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	
01 May	2	3	4	5	6	
050211 Salesfusion System Updates - International	050211 Salesfusion System Updates Subject swap 050511 Death of cold calling n?	Post-Convergence - Announce winner of Xbox Strep 2 NMH Test email This is the first in a series	Day before reminder - Death of cold calling	Post webinar email - link to PDF and demo sign up	Post-Convergence - inDynamics Preview 050911 Public Training Schedule more...	
8	9	10	11	12	13	
050911 Salesfusion System Updates - International	050911 Salesfusion System Updates 050911 salesfusion maintenance message	Post-Convergence - inDynamics Preview 051011 Operation Aborted Issue	[Enter Campaign Name]	Post-Convergence - inDynamics Preview - day 051211 Salesfusion University June 2011 -	Aero Demo email Hi this is the subject line 051611 Public Training Schedule more...	
15	16	17	18	19	20	
Social Bundle Testing Social Bundle Testing 051411 Salesfusion System Updates - International	051411 Salesfusion System Updates	[Enter Follow up Campaign Name] Hi 520 Levels 20 Demo [1]	052611 - Beyond Contact us webinar - main invite	Dynamic Content » » Dynamic Subject » »	051711 SF University Location Change Goto Meeting Webinar	

Zdjęcie 5. Przykładowy widok kalendarza z zadaniami. Pozwala w intuicyjny sposób przedstawić wydarzenia i zadania w kolejności chronologicznej.

Home

Chart

Profile a Website

Profile an Industry

Search Intelligence™

Find

My Hitwise

Logout

Profiler » Search Terms » Website Search Term Report - Kmart.com - www.kmart.com

Site Details

Rank Stats

Clickstream

Media Mentions

Search Terms

Demographics

Lifestyle

Select Rolling:

4 weeks

Week Ending:

08/12/2006

List:

Search Terms

Go

Search Terms - Website Search Term Report - Kmart.com (www.kmart.com)

Displaying 1 to 30 of 1095 search terms.

☐	Rank	Search Term	Search Engines	Volume	Keyword Breakdown	
☐	1.	kmart	View Engines	44.18%	1 word	48.05%
☐	2.	kmart.com	View Engines	8.55%	2 words	31.69%
☐	3.	k-mart	View Engines	7.52%	3 words	12.33%
☐	4.	k mart	View Engines	5.17%	4 words	4.31%
☐	5.	www.kmart.com	View Engines	2.91%	5 words	1.80%
☐	6.	k-mart.com	View Engines	0.87%	6 words	0.84%
☐	7.	kmart stores	View Engines	0.62%	7 words	0.59%
☐	8.	futons	View Engines	0.37%	8+ words	0.39%
☐	9.	k mart.com	View Engines	0.31%	This table shows the percentage of traffic delivered to 'www.kmart.com'	
☐	10.	super kmart	View Engines	0.31%		

Zdjęcie 6. Widok listy elementów w przykładowym systemie klasy B2B.

MIE Solutions - MIE Exchange - Windows Internet Explorer

http://www.mie-exchange.com/app/index.html

★ Favorites MIE Solutions - MIE Exchange

RFQ's BID's POs Parts Community Messaging Maintenance Logout User: a, a - A Sample Company (MIE Solutions)

Summary Information

RECENTLY VIEWED ALL

Show: All All Users Myself

Type	Name	Time

New Messages: 13 Clear History

PARTs CREATE

My Parts (10)

Partners Parts

SEARCH

RFQs CREATE

Draft (3)

Accepting (15)

Reviewing (4)

Closed (4)

Sent Web RFQ (1)

Responded (0)

SEARCH

BIDs OPEN

Accepting (2)

Preparing (1)

Submitted (1)

No Bid (0)

Web RFQ (3)

Submitted (3)

SEARCH

My POs CREATE

Draft (4)

Issued (3)

Accepted (4)

Declined (0)

Changing POs (0)

Need to Sign (0)

SEARCH

Received POs OPEN

Received (0)

Accepted (0)

Declined (0)

Review (0)

Completed (0)

SEARCH

Edit Your Web Profile

Invite your Partners into your private MIE Exchange community today!

SOFTPICKS.NET

De: PlanGuru - Demo Company - 3 Year Projection

File Change Task Edit Reports Charts Engagement Tools Business Valuation Help

Forecasts, Projections and Budgets

Save Analysis Insert Line Change Line Delete Line

	January 2010	February 2010	March 2010	April 2010	May 2010	June 2010	July 2010	August 2010	September 2010	October 2010	November 2010	December 2010	2010
Revenue													
Sales	237,600	242,000	248,400	253,000	254,000	258,400	268,400	264,000	261,800	257,400	250,800	242,000	3,056,800
License and allowances	-12,118	-12,366	-12,616	-12,879	-13,596	-13,849	-13,876	-13,675	-13,614	-13,411	-13,092	-12,657	-157,849
Total Revenue	225,482	229,634	235,784	240,121	250,404	254,551	254,524	250,325	248,186	243,989	237,708	229,343	2,897,951
Cost of Sales													
Purchases	62,008	64,258	64,291						68,251	67,297	65,370	63,069	798,096
Direct Labor	31,004	32,149	32,146						34,126	33,549	32,685	31,535	399,046
Supplies	11,094	11,344	11,572						12,434	12,249	11,980	11,582	144,438
Total Cost of Sales	104,106	107,751	108,009						114,811	112,894	110,035	106,186	1,341,580
Gross Profit	121,376	121,883	127,775						133,375	131,095	127,673	123,157	1,556,371
Sales and Marketing expenses													
Commissions	22,548	22,963	23,379						24,819	24,399	23,771	22,934	289,794
Total Sales and Marketing expenses	22,548	22,963	23,379						24,819	24,399	23,771	22,934	289,794
Operating Expenses													
Administrative wages	17,001	16,962	16,962						16,962	17,001	16,962	16,962	203,890
Commissions	22,187	22,655	23,145						26,367	24,716	24,175	23,282	290,362
Depreciation	6,304	6,311	6,304						6,304	6,304	6,311	6,304	75,676
Insurance	1,340	1,367	1,360						1,570	1,601	1,633	1,666	17,970
Miscellaneous expense	862	861	900						900	900	900	900	10,723
Payroll taxes	4,801	4,913	4,913						5,111	5,056	4,967	4,852	60,291
Port	4,363	4,363	4,363						4,363	4,363	4,363	4,363	52,356
Repairs and maintenance	249	249	249						249	249	249	249	2,988
Telephone	1,012	1,013	1,012						1,012	1,012	1,013	1,012	12,148
Travel and entertainment	2,820	2,823	2,820						2,820	2,820	2,823	2,820	33,852
Utilities	4,308	4,303	4,303						4,303	4,308	4,303	4,303	51,656
Unlinked Line	1,200	1,210	1,195										6,010
Total Operating Expenses	68,447	67,562	67,570						68,681	68,329	67,719	66,844	817,893
Income (Loss) from Operations	52,929	54,321	59,705						64,694	62,696	60,958	56,913	738,577
Other Income (Expense)													
Interest expense	-1,350	-1,343	-1,336						-1,291	-1,283	-1,276	-1,268	-15,715
Total Other Income (Expense)	-1,350	-1,343	-1,336						-1,291	-1,283	-1,276	-1,268	-15,715
Income (Loss) Before Taxes	51,579	52,978	58,369						63,403	61,413	59,682	55,645	722,862
Provision for Taxes	11,831	12,047	12,699						14,554	14,315	14,067	13,711	170,515
Net Income (Loss)	39,748	40,931	45,670						48,849	47,098	45,615	41,934	552,347

Close Item, Inc. Leads

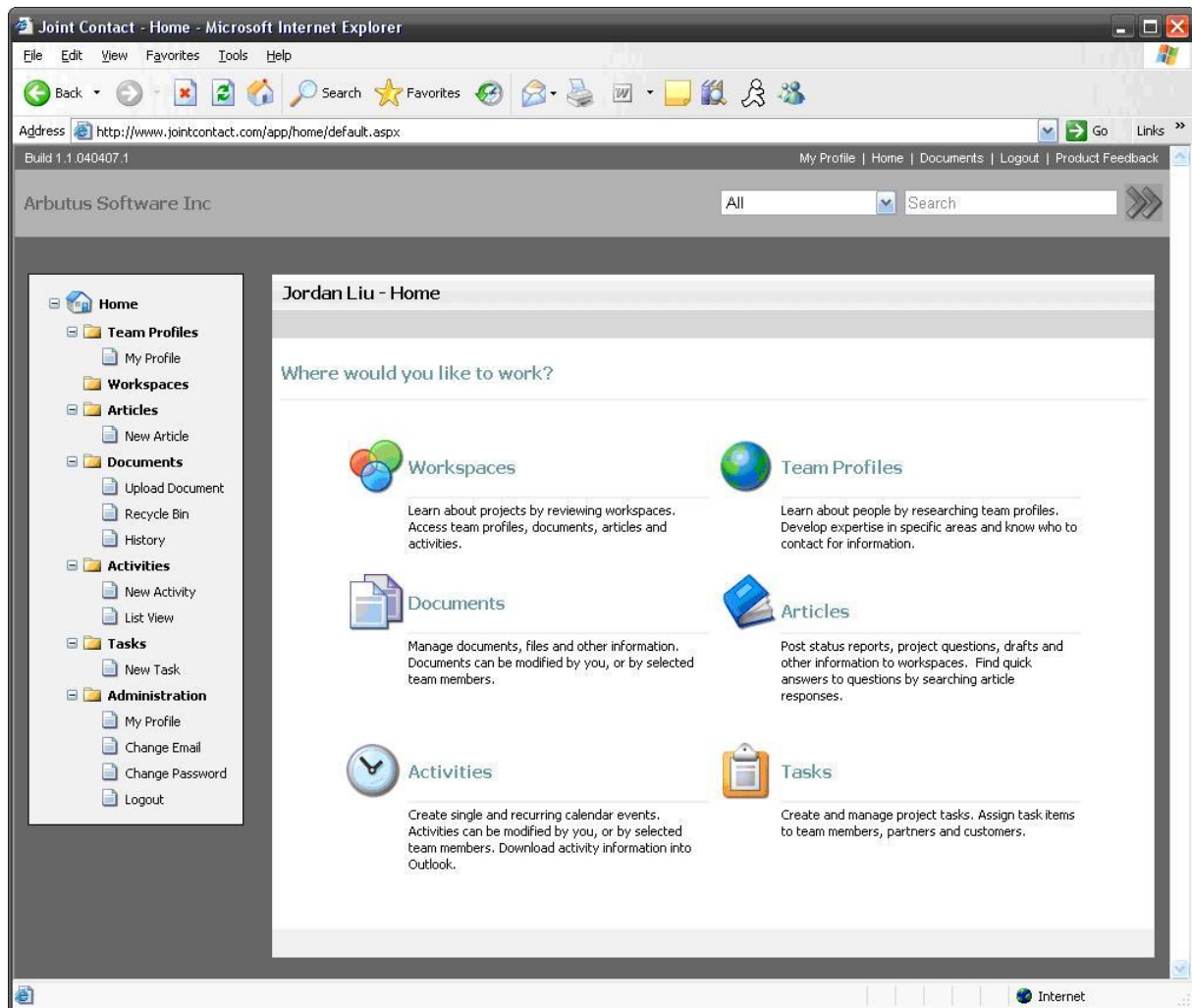
Income Statement Balance Sheet Non Financial

Assumptions Historical data Comments

Use in calc of trade rec.

Help Calc Assump Cancel OK

Zdjęcie 7. Prezentacja wielu danych w przykładowym systemie klasy B2B.



Zdjęcie 8. Intuicyjne, duże, wyraźne menu główne i nawigacja w przykładowym systemie klasy B2B. Nawigacja po systemie wdrażanym powinna być prosta i przyjazna użytkownikowi.

2. Panel współpracy z organizatorami koncertów, promotarami

Powinien to być panel, dzięki któremu przedsiębiorca do którego jest kierowane to rozwiązanie B2B po zalogowaniu do systemu (każdy z partnerów otrzyma unikalny login i hasło), uzyska możliwość wpisywania bezpośrednio w systemie informacji na temat organizowanego wydarzenia, ilości miejsc/wejściówek do rozdyskrebowania przez Advertigo S.A. za pośrednictwem zarządzanych przez Spółkę portali, zarządzania procesem dystrybucji (optymalizowania). System B2B automatycznie wyliczy dynamikę sprzedaży wejściówek, co umożliwi organizatorowi imprezy szybko i elastycznie reagować na zmiany w sprzedaży i dostosować politykę dystrybucji (zastosowanie promocji) tak by była optymalna, korzystając także z danych historycznych zawartych w archiwum.

2.1. Logowanie i przypominanie hasła

Każdy z partnerów powinien otrzymać unikalny login i hasło. Panel współpracy z organizatorami powinien zawierać następujące funkcjonalności:

- Przyjazny formularz umożliwiający logowanie.
- Możliwość zaznaczenia opcji „zapamiętaj mnie”.
- Dostępna być także powinna opcja przypominania i resetowania hasła.

2.2. Rejestracja

Proces rejestracji powinien być dwuetapowy, maksymalnie uproszczony i zachęcający do rejestracji. Wskazane jest informowanie partnera krok po kroku na jakim jest etapie, a także wskazywać kroki pomocy w każdym momencie procesu rejestracji.

Krok 1 – wprowadzenie podstawowych danych wraz z walidacją:

- Nazwa użytkownika
- Hasło
- Adres e-mail
- Kraj (domyślnie wybrany kraj na podstawie geolokalizacji IP)
- Dane przedsiębiorstwa (adres, NIP)

- Osoba kontaktowa
- Akceptacja regulaminu

Krok 2 – potwierdzenie mailowe – na ekranie powitalnym powinna wyświetlić się informacja wprowadzająca do Systemu, oraz wymóg uzupełnienia danych szczegółowych. Konto Partnera stanie się w pełni aktywne w momencie aktywacji przez Administratora w Panelu Administratora.

Administrator i pracownik działu handlowego powinien mieć możliwość także ręcznie wprowadzić dane do systemu za Partnera, ponieważ dla części z partnerów będzie to wygodniejszym rozwiązaniem.

Na etapie tym powinien zostać wdrożony proces podpisu elektronicznego o zawarcie umowy o współpracy.

2.3. Newsletter

System powinien umożliwiać Partnerom zapisywanie się na listę newsletterową. Dzięki komunikacji e-mailowej przez system do zarządzania newsletterem, firma Advertigo S.A. zyska nowy kanał masowej komunikacji z kluczowymi partnerami. System powinien umożliwiać wysyłanie wiadomości do wybranych partnerów, lub do wybranych grup partnerów, tworzyć i zapisywać kopie robocze e-maili, a także umożliwiać wielokrotne wysyłanie tych samych treści z możliwością ich edycji.

2.4. Edytuj dane personalne

Możliwość edycji danych przez Partnerów.

- Partner może edytować swoje dane kontaktowe.
- Bez możliwości zmiany loginu.

- Możliwość odzyskiwania hasła.
- W przypadku, gdy użytkownik nie otrzyma potwierdzenia mailowego, powinien być dostępny przycisk umożliwiający ponowne wysłanie e-maila z potwierdzeniem. Do czasu potwierdzenia użytkownik może się logować, ale jego konto będzie nieaktywne, tj. uniemożliwiające przeprowadzanie transakcji.

2.5. Obiekty

Po zalogowaniu się do systemu, kluczową funkcjonalnością dla Partnera-organizatora imprez i eventów oferowanych za pomocą platformy B2B przygotowywanej przez Advertigo S.A., powinna być możliwość dodania do bazy danych obiektów.

Obiekty to miejsca (budynki, stadiony, kluby, puby, plenery, i inne), w których Organizator zamierza przeprowadzić Wydarzenie (imprezę) w określonych datach, po ustalonych stawkach. Aby zaoszczędzić proces dodawania obiektów powinien odbywać się tylko jeden raz, a następnie informacje wprowadzone przy dodawaniu obiekty winny zostać zatrzymane w rozbudowanej, relacyjnej bazie danych.

Każdy Organizator powinien widzieć tylko i wyłącznie swoje obiekty, jednakże ważnym jest, aby Administrator (przedstawiciel Advertigo S.A.) mógł definiować ogólną bazę obiektów i przypisywać Obiekty do Organizatorów. Z przeprowadzonej analizy rynku wynika bowiem, iż może zdarzyć się sytuacja, że jeden obiekt jest użytkowany przez wielu Organizatorów, na przykład Budynki Teatrów, Aren sportowych, stadionów piłkarskich, i tak dalej.

Obiekt zatem dodawać powinien móc zarówno Organizator, jak i Administrator Systemu.

Dodawanie obiektu powinno być możliwie proste i intuicyjne, informacje które są niezbędne odnośnie obiektu to:

- Nazwa obiektu

- Ulica i numer
- Miasto
- Kod pocztowy
- Lokalizacja na internetowych mapach typu Google Maps – pobierana automatycznie na podstawie wprowadzonego adresu. Mapy interaktywne pomagają użytkownikom Internetu określić sposób i metodę dojazdu do celu.
- Galeria zdjęć – opcjonalnie, aby przedstawić zainteresowanym osobom wygląd miejsca, w którym organizowana będzie impreza
- Telefon kontaktowy do właściciela/zarządzającego Miejscem
- **Plan obiektu.** Kluczowa funkcjonalność z punktu widzenia użyteczności systemu. Klienci kupujący bilety na imprezy powinni mieć możliwość wybierania miejsc na podstawie interaktywnej planu miejsca. Na tym etapie Administrator lub Organizator musi mieć możliwość zbudowania makiety/szkieletu planu danego Miejsca, przy czym należy tutaj mieć na uwadze, że każdy obiekt może (i w rzeczywistości tak jest) wygląda inaczej. Moduł ten wymagać będzie technicznej wiedzy i umiejętności przy projektowaniu obiektów we wskazanej technologii. Jeżeli Organizator nie będzie posiadał takich umiejętności, w systemie powinna być opcja powiadomienia automatycznie Administratora o braku planu obiektu i wówczas wykwalifikowany pracownik Advertigo S.A. powinien taki model niezwłocznie dodać do bazy danych.

Proces dodawania planu obiektu rozdzielony powinien być na etapy. Etap pierwszy to ogólny plan budynku z podziałem na sektory (na przykład sektor A, sektor B, lub piętro, partner i piwnica).

Następnie, powinno być możliwe określenie dokładnego układu – planu konkretnego sektora, w formie graficznego przedstawienia układu/planu obiektu. Każde miejsce w sektorze powinno być przypisane do ogólnego typu miejsca, np. Partner – Miejsca siedzące, lub Piętro – miejsca na balkonie. Ma to

istotne znaczenie w pozostałych elementach systemu, dlatego podkreślamy, że funkcjonalność ta jest ważna i kluczowa z punktu spójności systemu.

Ponadto, Administrator z ramienia Advertigo S.A. w swoim Panelu Administracyjnym, powinien mieć wgląd we wszystkie Obiekty występujące w systemie.

2.6. Wykonawcy

Organizator powinien móc definiować własną bazę artystów i wykonawców. Administrator widzi wszystkich Wykonawców, natomiast Organizator tylko tych wykonawców, z którymi współpracuje i których bilety na imprezy chce dystrybuować poprzez System B2B wdrażany przez Advertigo S.A. Moduł ten pozwoli zaoszczędzić Organizatorowi czas, ponieważ dane Wykonawców będą wprowadzone do bazy danych tylko jeden raz przez Organizatora lub przez Administratora, nie będzie zatem konieczności wielokrotnego uzupełnienia tych samych informacji lub zdjęć.

Informacje, które powinny znaleźć się w bazie Wykonawców to:

- Nazwa wykonawcy
- Opis wykonawcy
- Galeria zdjęć wykonawcy
- Oficjalna strona internetowa
- Profil na Facebooku
- Profil na MySpace

Organizator powinien mieć możliwość dodawania i usuwania Wykonawców, z którymi współpracuje i których bilety na Wydarzenia chce dystrybuować.

2.7. Wydarzenia

Zarządzanie Wydarzeniami przez Organizatora to kluczowa funkcjonalność, która powinna znaleźć się w panelu współpracy z organizatorami, promotorami.

Wydarzeniem będzie każdy event i impreza, którą Organizator zamierza promować i oferować za pomocą systemu B2B przygotowanego przez Advertigo S.A.

Wydarzenia w panelu Organizatora będą dzielić się na Aktualne – czyli takie, które dopiero będą odbywać się w przyszłości, oraz na Przeszłe – czyli wszystkie te wydarzenia, które już się odbyły. W zarządzaniu wydarzeniami Organizatorowi pomogą dostępne wyszukiwarki i filtry, które powinny znaleźć się w tym widoku – możliwość szukania archiwalnych wydarzeń po frazach kluczowych, kategoriach wydarzeń, i innych.

Proces dodawania Wydarzenia z założenia jest kluczową funkcjonalnością i jest to proces złożony, jednakże z punktu widzenia użyteczności, intuicyjności i prostoty systemu, proces ten powinien być dla końcowego użytkownika prosty i czytelny. Podczas dodawania Wydarzenia, Organizator powinien mieć możliwość określenia szeregu parametrów konkretnego eventu:

- Nazwa wydarzenia
- Miejsce wydarzenia – wybierane z bazy danych Obiektów. Zalecamy wykorzystanie intuicyjnego rozwiązania polegającego na wyborze obiektu z listy dostępnych obiektów, na przykład poprzez wpisanie pierwszych liter obiektu i pojawienie się autosugestii z nazwą obiektu. Pozwoli to zaoszczędzić czas podczas procesu dodawania Wydarzenia.
- Kategoria wydarzenia
- Podkategoria wydarzenia
- Wykonawca lub Wykonawcy – możliwość przypisania z bazy Wykonawców artysty (bądź artystów), w przypadku kabaretu będzie to pojedynczy kabaret, w przypadku imprezy sportowej – dwie drużyny sportowe, i tak dalej; Wykonawców musi być nieograniczona liczba, aczkolwiek w przeważającej

większości Wydarzenie będzie odpowiadało jednemu Wykonawcy (wdrażający system powinni jednak mieć świadomość, że mogą być wyjątki od reguły)

- Harmonogram – określa Datę lub Dаты wydarzenia. W części Wydarzeń, konkretna impreza/event będzie powtarzalny i odbywać będzie się kilka razy w ciągu dnia lub kilka razy w tygodniu/miesiącu. Wdrażając system należy mieć na uwadze także to, że mogą wystąpić Wydarzenia jednorazowe, jak na przykład koncert światowej klasy muzyka. System musi być zatem elastyczny i umożliwiać różnego rodzaju harmonogramowanie.
- Dostępna pula biletów. Ta funkcjonalność musi być kluczowa i należy na nią położyć szczególny nacisk. Funkcja ta powinna pozwalać Organizatorowi na określanie puli dostępnych miejsc, z wykorzystaniem wcześniej zdefiniowanego Planu Obiektu. Organizator powinien móc określić zarówno ilość dostępnych biletów na Wydarzenie, jak i ceny wejściówek w zależności od wybranego typu miejsca (sektora).
- Szablony puli biletów – powinna być także wdrożona przydatna funkcja, pozwalająca na używanie wygodnych i szybkich szablonów biletów dla konkretnych obiektów, tak aby organizator nie musiał za każdym razem wpisywać wszystkiego od nowa, a będzie mógł korzystać z wcześniej przygotowanych i użytych szablonów. Wskazane jest, aby edycja cen dla poszczególnych typów biletów (gdzie przez typ rozumiemy na przykład partner, balkon, albo konkretny sektor A, sektor B, i tak dalej) odbywała się w wygodny i intuicyjny sposób, tak aby czynność ta nie zajmowała Organizatorowi zbędnej ilości czasu. Proces powinien być prosty i szybki.
- Opis wydarzenia, dzięki zastosowaniu wygodnego w obsłudze graficznego edytora tekstu (tak zwana technologia WYSIWYG, czyli What-You-See-Is-What-You-Get), Organizator będzie mógł w dowolny przez siebie sposób opisać nadchodzące wydarzenie, przedstawiając je w jak najkorzystniejszym świetle. Edytor powinien umożliwiać co najmniej podstawowe opcje formatowania tekstu, takie jak pogrubienie, pochylenie i podkreślenie tekstu, powiększanie i

zmniejszanie zastosowanej czzionki, możliwość dodawania zdjęć i filmów wideo z najpopularniejszych portali: YouTube, Vimeo, Dailymotion, a także wstawienie nagłówków różnego stopnia i wielkości, koloru czzionki.

Organizator powinien zaznaczyć domyślny sposób zamawiania biletów przez kupujących na stronach Advertigo S.A., dla konkretnego Wydarzenia.

Sugerowane metody do wdrożenia to:

- Rezerwowanie najlepszych dostępnych miejsc – w czasie procesu zamawiania biletów, system automatycznie powinien rezerwować najlepsza dla wybranego typu (kategorii) biletów, czyli najbliższej sceny, miejsca obok siebie (jeżeli więcej niż jeden bilet).
- Wybór z planu widowni – metoda ta powinna umożliwiać Kupującemu bilet manualny wybór miejscówki poprzez zastosowanie mechanizmu Planu obiektu. Funkcjonalność powinna pokazać plan obiektu z dostępną liczbą biletów, a Kupujący powinien móc wybrać – dzięki graficznemu schematowi Miejsca – poprzez kliknięcie na wolnych miejscach, swoich biletów. W dalszych krokach powinien móc złożyć zamówienie na wskazane bilety.
- Wejściówki – ten typ biletów uprawnia do wejścia na Wydarzenie, jednak nie zapewnia w żaden sposób konkretnego, przypisanego miejsca. Biorący udział w Wydarzeniu chętni zajmują miejsca według zasady „kto pierwszy ten lepszy”.
- Brak dostępnych biletów – komunikat taki powinien pojawiać się automatycznie, gdy wszystkie bilety na dane Wydarzenie zostały wyprzedane.
- Brak możliwości dostawy – komunikat taki powinien pojawiać się na kilka dni przed rozpoczęciem Wydarzenia. Oznacza to, że możliwość dostarczenia biletów do Kupującego poprzez wysyłkę Pocztą Polską lub kurierem, nie będzie możliwe i Administrator nie ponosi odpowiedzialności za terminową dostawę. Możliwe będzie jednak zamówienie takiego biletu i wybranie opcji na własne ryzyko Kupującego. Do rozważenia pozostaje opcja odbioru osobistego w

punktach odbioru, na przykład w siedzibie Administratora, po uprzednim umówieniu terminu odbioru telefonicznie lub mailowo.

- Wskazana jest opcja drukowania biletów przez Kupującego. Należy w tym celu opracować system e-biletów z metodą ich weryfikacji przez kontrolerów biletów podczas poszczególnych Wydarzeń. System taki musi być szczelny, nie pozwalający na podrabianie e-biletów. Weryfikacja jednorazowego biletu wejścia powinna uniemożliwić ponowne wejście na ten sam bilet lub jego kopię.
- Dostępne jedynie pojedyncze bilety – w wybranej kategorii cenowej dostępne są jedynie pojedyncze bilety. Mimo, że wiele biletów nadal jest dostępnych to brakuje miejsc znajdujących się obok siebie. Może istnieć możliwość, zakupu sąsiadujących miejsc należących do różnych kategorii cenowych poprzez wybór miejsc z planu widowni.
- Zniżki i bilety ulgowe. Często możliwy jest zakup biletów ulgowych np. dla studentów, dzieci i osób starszych. Przy zakupie biletów objętych zniżką możliwa jest konieczność okazania dokumentu upoważniającego do zniżki przy wejściu na widownie.

2.8. Proces dystrybucji

W funkcjonalności Proces dystrybucji rekomendujemy, aby znalazły się informacje niezbędne dla Organizatora, informujące o statusie sprzedaży biletów na poszczególne Wydarzenia.

Zalecamy, aby stworzyć widok z listą wszystkich wydarzeń i procentowym wypełnieniem biletów (na przykład w formie graficznego paska „postępu” sprzedaży), co pozwoli w jednym miejscu, szybko i skutecznie przejrzeć które Wydarzenia sprzedają się dobrze i szybko, a które wolniej. Pozwoli to Organizatorowi w trakcie modyfikować ofertę, tworzyć promocje, obniżać lub zwiększać ceny w zależności od popytu na dane Wydarzenie i konkretny typ wejściówek.

Sugerowana jest ponadto możliwość filtrowania bieżących i archiwalnych Wydarzeń według różnych kryteriów, takich jak typ (kategoria) Wydarzenia, Wykonawca, Miejsce wydarzenia, ilość sprzedanych miejsc, ilość wolnych miejsc, i innych filtrów, które możliwe będą do wdrożenia na podstawie funkcjonującej relatywnej bazy danych.

W procesie dystrybucji Organizator winien także widzieć listę zamówień, pozwalających na identyfikację zakupionego biletu, wraz z danymi osobowymi kupującego oraz indywidualnym niepowtarzalnym numerem biletu. Przydatne będzie także umożliwienie tworzenia komentarzy i historii kontaktu z klientem, co pozwoli działowi obsługi Organizatora skutecznie archwizować wszelką korespondencję lub kontakt telefoniczny i osobisty z Kupującym.

3. Panel zarządzania bieżącą sprzedażą i rozliczeniami

Powinien to być moduł powiązany/zintegrowany z modułem współpracy. Obsługiwany będzie przez pracowników Advertigo S.A. z działu handlowego (w zakresie realizacji zamówień, śledzenia historii współpracy z danym kontrahentem/partnerem, a także płatności/wszelkich zaległości faktur wystawionych - uregulowanych i nieuregulowanych), i będzie odpowiedzialny za udostępniania informacji Advertigo S.A. oraz współpracującym partnerom w zakresie stanu płatności, zobowiązań dotyczących kooperacji tych podmiotów. Moduł ten będzie dostarczał informacje nt. terminów płatności, zaległości oraz stanu należności wynikających z realizowanych wspólnie procesów. Moduł będzie odpowiedzialny za generowanie elektronicznych faktur przez Advertigo S.A. wobec partnerów – organizatorów imprez dla których będzie on realizować dystrybucję wejściówek, na podstawie stanu realizacji występujących procesów.

3.1. Logowanie i przypominanie hasła

Panel zarządzania bieżącą sprzedażą i rozliczeniami, gdzie każdy z partnerów powinien otrzymać unikalny login i hasło. Panel powinien zawierać następujące funkcjonalności:

- Przyjazny formularz umożliwiający logowanie.
- Możliwość zaznaczenia opcji „zapamiętaj mnie”.
- Dostępna być także powinna opcja przypominania i resetowania hasła.

3.2. Newsletter

System powinien umożliwiać Partnerom zapisywanie się na listę newsletterową. Dzięki komunikacji e-mailowej przez system do zarządzania newsletterem, firma Advertigo S.A. zyska nowy kanał masowej komunikacji z kluczowymi partnerami. System powinien umożliwiać wysyłanie wiadomości do wybranych partnerów, lub do

wybranych grup partnerów, tworzyć i zapisywać kopie robocze e-maili, a także umożliwiać wielokrotne wysyłanie tych samych treści z możliwością ich edycji.

3.3. Edytuj dane personalne

Możliwość edycji danych przez Partnerów.

- Partner może edytować swoje dane kontaktowe.
- Bez możliwości zmiany loginu.
- Możliwość odzyskiwania hasła.
- W przypadku, gdy użytkownik nie otrzyma potwierdzenia mailowego, powinien być dostępny przycisk umożliwiający ponowne wysłanie e-maila z potwierdzeniem. Do czasu potwierdzenia użytkownik może się logować, ale jego konto będzie nieaktywne, tj. uniemożliwiające przeprowadzanie transakcji.

3.4. Zawarcie umowy o współpracy

Korzystający z sieci Internet użytkownicy przyzwyczaili się do akceptacji regulaminów przedstawianych na wszelkich forach, portalach itp., przyjmując za aksjomat brak możliwości negocjowania warunków. Dlatego sugerujemy wykorzystanie tego aksjomatu, prezentując potencjalnym partnerom standardową umowę, która będzie podpisywana poprzez kliknięcie przycisku „akceptacja”. System powinien być wyposażony w algorytm wyboru propozycji, po zapoznaniu się z założeniami zlecenia.

W związku z powyższym zainteresowana agencja powinna móc podpisać umowę zdalnie (bez obiegu dokumentów papierowych) po wcześniejszym zarejestrowaniu i zalogowaniu, co pozwoli na zagwarantowanie bezpieczeństwa wszystkim podmiotom zaangażowanym we współpracę.

3.5. Zlecenie usługi dystrybucji biletów

Zarejestrowany w systemie partner, powinien mieć możliwość zdalnego składania zleceń, wykorzystując formularz znajdujący się w systemie B2B. Przygotowany moduł zleceńowy pozwoli na określenie charakteru imprezy, danych kontaktowych zlecającego, ilości dystrybuowanych biletów, polityki cenowej z uwzględnieniem rabatów, obniżek i ulg.

Generalnie proces realizowany będzie tylko przez pracownika partnera, za pośrednictwem systemu udostępnianego poprzez przeglądarkę internetową. Wobec powyższego zlecenie będzie mogło być złożone o dowolnej porze, z dowolnego miejsca na świecie, pod warunkiem posiadania dostępu do sieci internetowej.

Konstrukcja formularza zamówień powinna pozwolić na uwzględnienie wszystkich czynników i wyróżników użytkowanych przez partnerów. System w pełni zaspokoi oczekiwania użytkowników, a proces będzie realizowany bardziej elastycznie, szybciej, z wykluczeniem błędu ludzkiego po stronie wnioskodawcy i zminimalizowania go po stronie zlecającego, przy jednoczesnym całkowitym wyeliminowaniu obiegu dokumentów tradycyjnych pomiędzy współpracującymi firmami.

3.6. Przekazywanie informacji o stopniu zaawansowania realizacji zlecenia

W ramach procesu system B2B po stronie Advertigo S.A. powinien systemicznie, automatycznie przekazywać raporty informujące o realizacji zlecenia, w ramach których wskaże ilość i specyfikację sprzedanych biletów oraz charakterystykę klientów, zgodnie z wypełnionymi formularzami osobowymi. W związku z pełni zautomatyzowanym procesem przygotowania raportów, sam proces przekazywania również nie będzie wymagał zaangażowania osobowego i odbywać się będzie w częstotliwości i zakresie, zgodnym ze specyfikacją zlecenia określaną przez partnerów.

Przygotowany raport ma bardzo duże znaczenie dla partnerów, gdyż stanowi bazę informacyjną do zarządzania procesem dystrybucji oraz promocji danej imprezy.

3.7. Zarządzanie procesem dystrybucji

Opisując proces dystrybucji należy podkreślić fakt, iż fizycznie realizowany jest on przez Advertigo S.A., jednakże partnerzy przez cały okres realizacji powinni mieć dostęp do zarządzania procesem, m.in. poprzez modyfikację cen, polityki rabatowej, a nawet działań informacyjno – reklamowych prowadzonych na portalach spółki

Advertigo. Należy zaznaczyć, iż kluczowe znaczenie dla możliwości wprowadzenia procesu zarządzania dystrybucją wynika z bieżącego, automatycznego i systematycznego przekazywania aktualnych raportów, generowanych w czasie rzeczywistym.

Na podstawie zgromadzonych i przeanalizowanych danych partnerzy będą mogli podejmować racjonalne decyzje dotyczące optymalizacji dystrybucji, w celu sprzedaży możliwie dużej ilości biletów, przy zmaksymalizowanym wyniku finansowym. Należy zaznaczyć, iż w przypadku sprzedaży biletów na imprezy masowe identyfikuje się modyfikacje linii popytu i podaży w zależności w jakim czasie przed wydarzeniem bilety są sprzedawane. Bardzo często oferta „last minute” jest znacznie droższa niż przedstawiana 2-3 tygodnie przed zdarzeniem – wynika to z faktu, iż część odbiorców ostatecznych decyzje podejmuje w ostatniej chwili, a bilety są towarem o ograniczonej ilości wyczerpywanej wraz z upływem czasu. Oczywiście w przypadku zdarzeń mniej ważnych, gdzie konieczne jest intensywne staranie się o klienta i trudno o zapełnienie obiektu, występuje zjawisko odwrotne – wraz z upływem czasu konieczne jest obniżanie ceny, w celu wypełnienia obiektu i trybun.

Dodatkowo dla partnera kluczowa jest możliwość wpływania na dystrybucję z danego kanału na podstawie informacji zebranych od wszystkich dystrybutorów. W obecnej chwili promotor bądź agencja w celu pełnego wykorzystania widowni bądź trybun udostępnia w różnych kanałach dystrybucji ilość biletów wyższą niż dostępna ilość miejsc, w związku z faktem, iż ograniczony przepływ informacji uniemożliwiał realne zarządzanie sprzedażą.

Proces powinien być realizowany przy wykorzystaniu oprogramowania, które Advertigo S.A. będzie udostępniał partnerom w formie internetowo świadczonej usługi (SaaS). Uruchamiany system B2B będzie wyposażony w internetową aplikację – Zarządzanie dystrybucją, która komercyjnie udostępniana będzie partnerom i pozwalać będzie na bieżące zarządzanie procesem, na podstawie danych automatycznie przekazanych przez Advertigo S.A. oraz przekazanych przez pozostałych dystrybutorów. Zestawienie informacji ze wszystkich źródeł w jednym miejscu pozwalać będzie na optymalizację procesu oraz zmaksymalizowanie wyników ekonomicznych oraz marketingowych, co wynika z faktu, iż każdy z kanałów dystrybucyjnych posiada własne indywidualne cechy, których odpowiednie wykorzystanie pozwoli na osiągnięcie najwyższych założonych wartości wskaźników.

3.8. Rozliczenie zlecenia

W związku z faktem, iż realizacja całej usługi prowadzona będzie w sposób zdalny, a wnioskodawca automatycznie posiadać będzie informację o przekazaniu i przyjęciu przedmiotu zlecenia, dokumenty księgowe generowane będą w pełni automatycznie i umieszczane na przestrzeni webowej partnera. Elektroniczna wymiana danych w ramach procesu rozliczeń, powinna gwarantować najwyższy poziom bezpieczeństwa dokumentowo – finansowego współpracy, przede wszystkim w związku ze minimalizowaniem czynnika błędu ludzkiego i w wariacie paper free.

4. CMS

System zarządzania treścią (ang. Content Management System, CMS) powinno być częścią panelu administratora, oprogramowaniem pozwalającym na łatwe utworzenie treści z pomocą, komunikatami dla partnerów oraz jego późniejszą aktualizację i rozbudowę przez redakcyjny personel nietechniczny. Kształtowanie treści i sposobu ich prezentacji odbywać się powinno za pomocą prostych w obsłudze interfejsów użytkownika, zazwyczaj w postaci stron WWW zawierających rozbudowane formularze i moduły.

4.1. Newsletter

Użytkownicy systemu (partnerzy), którzy w procesie rejestracji zgodzili się na otrzymywanie newslettera, powinni otrzymywać na swoje skrzynki e-mail wysyłkę e-maili.

W tej sekcji znajdować się powinno zarządzanie tymi użytkownikami oraz listami mailingowymi. Kluczowe funkcje to:

- Administrator może usuwać e-maile z bazy danych
- Administrator może dodawać adresy e-mail do bazy danych
- Możliwość zmiany treści maila
- Możliwość tworzenia archiwum newsletterów

Każdy wysłany e-mail z newsletterem trafia do archiwum. Raz wysłany newsletter można edytować i wysyłać ponownie, ze zmienioną treścią.

4.2. FAQ

Zarządzanie działem FAQ, listą najczęściej zadawanych pytań. Odpowiedzi na te pytania powinny pomóc użytkownikom systemu B2B w rozwiązaniu najczęstszych problemów.

Administrator powinien mieć możliwość:

- Tworzyć pytania, uzupełniać odpowiedzi
- Ustawiać kolejność
- Aktywować i dezaktywować pytania/odpowiedzi

4.3. Zarządzanie stronami tekstowymi

Część systemu powinna umożliwić zarządzającemu treścią zmianę tekstów na podstronach statycznych, w celach informacyjnych dla użytkownika systemu (dla partnerów). Podstawowe strony: Regulamin, Zostań partnerem, samouczki „Jak korzystać z systemu”, i tym podobne treści. Użytkownik systemu CMS powinien mieć możliwość swobodnego definiowania takich treści i materiałów, włącznie z możliwością edycji tekstu w trybie WYSIWYG (ang. What You See Is What You Get i) – akronim stosowany w informatyce dla określenia metod, które pozwalają uzyskać wynik w publikacji identyczny lub bardzo zbliżony do obrazu na ekranie.

Programy spełniające założenia WYSIWYG prezentują na monitorze komputera dane (tekstowe, graficzne) w sposób jak najbardziej zbliżony do uzyskanego po ich wydrukowaniu lub innym przeniesieniu do postaci fizycznej.

5. Panel administratora systemu

5.1. Zarządzanie partnerami

Administrator w ramach systemu powinien móc:

- Tworzyć nowe konta partnerów – nadając unikalny login i hasło
- Zarządzać wszystkimi danymi partnera: Nazwa, adres, kraj, kod pocztowy, region, telefon, email, osoba kontaktowa, dane do przelewów – numer konta bankowego, IBAN, BIC oraz dodatkowy, wewnętrzny opis dla celów zarządzania
- Blokować partnerów (na przykład na wypadek anulowania umowy)

5.2. Baza użytkowników

Możliwość zobaczenia wszystkich zarejestrowanych użytkowników w bazie danych włącznie z historią transakcji. Widoczne informacje na temat użytkownika:

- Dane osobowe
- Historia transakcji
- Data rejestracji

Administrator ponadto powinien mieć możliwość:

- Tworzenia wewnętrznych notek/komentarzy na temat użytkownika
- Modyfikować dane personalne użytkownika
- Blokować konto wraz z podaniem przyczyny blokady
- Wysyłania prywatnych wiadomości, wraz z historią korespondencji z użytkownikiem systemu (partnerem)

5.3. Uprawnienia administracyjne

System powinien mieć możliwość definiowania kont administratora według różnych poziomów uprawnień. Mechanizm ten ma na celu zapewnienie bezpieczeństwa, stabilności i kontroli prywatności w systemach wielodostępnych.

Sugerujemy stworzenie następujących poziomów dostępu:

- Root Administrator – konto tego typu powinno móc tworzyć subkonta dla administratorów o niższym poziomie uprawnień. Konto Root zawiera dostęp do wszystkich funkcjonalności w systemie, przeznaczone powinno być tylko dla najwyższych szczeblem pracowników Advertigo S.A.
- Junior Administrator/Support – zawiera dostęp do listy użytkowników z możliwością prowadzenia wewnętrznej korespondencji z użytkownikami. Dodatkowo wgląd w historię transakcji użytkownika.

6. Front-end – prezentacja oferty

Warstwa wizualna części publicznej nawiązywać powinna do nowoczesnych rozwiązań front-endowych, spotykanych w polskiej sieci.

Poniżej przedstawione zostaną przykłady zastosowań poszczególnych widoków przedstawienia oferty dla Kupujących. Warstwa ta jest istotna z punktu widzenia powodzenia komercyjnego Systemu i całego Przedsięwzięcia.

6.1. Strona główna prezentacji oferty

The screenshot displays the Live Nation website interface. At the top, there's a navigation bar with links like 'Zaloguj się', 'Nie jesteś użytkownikiem? Zarejestruj się', 'Obsługa Klienta', and language options 'PL EN'. Below this is a search bar with the text 'Szukaj wg artysty, miejsca lub wydarzenia' and a 'Szukaj' button. A large banner for Peter Gabriel's 'Back to Front' concert on 12.05.14 at Atlas Arena - Łódź is prominently featured. Below the banner is a red navigation bar with categories: 'Koncerty i Wydarzenia', 'Festiwale', 'Wiadomości', 'Wszystkie Wydarzenia', 'Bilety VIP', and 'Merchandise'. The main content area shows a grid of concert posters for Death Punch, Tom Iones Live, Avenged Sevenfold, Clannad, and Tori Amos. On the right, there's a sidebar with 'Najnowsze wiadomości METALL_' and social media links. At the bottom, there are sections for 'Polecane' (Recommended) and 'Najpopularniejsze' (Most Popular) events, including Depeche Mode and Eric Clapton. Social media integration is visible with 'Lubię Live Nation Polska' and 'Idziesz?' buttons.

Zdjęcie 9. Przedstawienie oferty na stronie głównej LiveNation. Wyróżnione cztery główne imprezy w górnym pasku, dodatkowa reklama obok logotypu.



Open'er Festival 2014
 Lotnisko Gdynia-Kosakowo, Gdynia
 02.07.2014 - 05.07.2014



Dawid Kwiatkowski
 07.02.2014 - 21.02.2014



Zimowe granie - Ania Wyszkoni, Sylwia Grzeszczak, Pectus
 Zmiana daty koncertu!
 Międzynarodowe Targi Poznańskie, Poznań
 02.02.2014



Łąki Łan
 Klub Wytwórnia, Łódź
 14.02.2014



Sovka Trio
 Copernicus Hotel, Toruń
 31.01.2014



Room 94
 20.03.2014 - 02.04.2014



Perfect
 07.03.2014 - 24.05.2014



Seven Festival 2014
 Plac Koncertowy, Węgorzewo
 10.07.2014 - 13.07.2014

Zdjęcie 10. Mechanizm przesuwanego slidera z promowanymi wydarzeniami, poniżej lista pięciu wyróżnionych wydarzeń.

Podkategoria

Rock & Pop (262)

Hip hop & RnB (25)

Hard & Heavy (47)

Punk (10)

Jazz (32)

Blues (20)

Reggae & Ska (8)

Country & Folk (44)

Dance & Techno (7)

Festiwal (29)

Klubowa & Nowe
Brzmienia (31)

Muzyka klasyczna (37)

[Home](#) > [Muzyka](#)

Muzyka



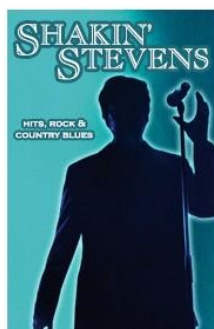
[Andrzej Piaseczny -
"Zimowe Piosenki"](#)
Teatr Muzyczny,
Łódź
27.01.2014



[Anthimos Apostolis
Trio](#)
Klub Blue Note,
Poznań
28.01.2014



[Lilly Hates Roses](#)
Lizard King, Toruń
29.01.2014



[Beato Blanco,
special guest: Calico
Cooper](#)
Klub Zakłète Rewiry,
Wrocław
30.01.2014



[Janusz Zdunek](#)
Lizard King, Kraków
30.01.2014



[Royal Republic and
The Nosebreakers](#)
Klub Hybrydy,
Warszawa
30.01.2014



[Wieczór PRL z
Marianem Opania -
Recital](#)
Restauracja Nowa
Kuchnia, Warszawa
30.01.2014



[XXANXXX](#)
Lizard King, Toruń
30.01.2014



[Kazik na Żywo,
Kabanos](#)
Klub Kwadrat,
Kraków
31.01.2014

Zdjęcie 11. Lista głównych kategorii (typów) wydarzeń z lewej strony, w prawej kolumnie zastosowany mechanizm dynamicznego slidera prezentującego wyróżnione oferty.



Bilety na koncerty,
festiwale, spektakle, sport
oraz inne wydarzenia



Koszyk 0



Lista obserwowanych 0



Mój EVENTIM | Zaloguj się

Polski

Ponad 20,000 imprez rocznie, z których 3 odbywa się dziś.

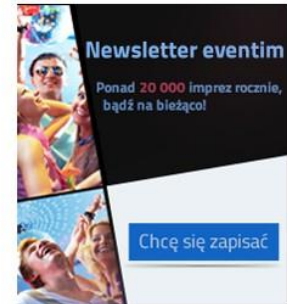
Wyszukiwanie zaawansowane

Wszystkie wydarzenia: koncerty...

Miasta

HEY UNPLUGGED

Szukaj



Top wydarzenia

WSZYSTKIE KATEGORIE

KONCERTY

FESTIWALE

SPORT

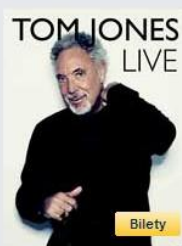
KULTURA



Avenged Sevenfold
4.06.2014 - ŁÓDŹ
Bilety od 181,00 PLN



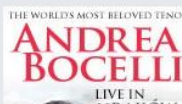
Clannad
TRASA KONCERTOWA
Bilety od 129,00 PLN



Tom Jones
28.06.2014 - WARSZAWA
Bilety od 198,00 PLN



Impact Festival
11-12.06.2014 - ŁÓDŹ
Bilety od 298,00 PLN



EVENTIM Top10

1. [Sonisphere](#)
2. [Orange Warsaw Fest...](#)
3. [Impact Festival](#)
4. [Sylvia Grzeszczak ...](#)
5. [André Rieu 2014](#)
6. [Peter Gabriel](#)
7. [TOSCA](#)
8. [ANDREA BOCELLI](#)
9. [FIS Ski Flying Wor...](#)
10. [Life Festival Oświ...](#)



Zdjęcie 12. Przedstawienie głównej oferty z wyraźnie zaznaczoną i eksponowaną wyszukiwarką wydarzeń, pozwalającą dotrzeć do dowolnej dostępnej oferty.



eBilet.pl

Warszawa > Łódź > Kraków > Poznań > Wrocław > Trójmiasto > Bydgoszcz > Śląsk

szukaj... / search...

<< Styczeń / January 2014 >>						
Pn	Mo	Wt	Śr	Cz	Pt	So
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Wpisz fragment tytułu lub nazwy organizatora / Enter a part of the title or promoter's name:



menu...

- Strona główna
- Teatry
- Koncerty
- Widowiska
- Kabarety
- Dla dzieci
- Sport
- Promocje
- Walentynki

- Punkty sprzedaży
- Partnerzy
- Jak kupować
- Polityka prywatności
- Regulamin
- Pomoc

- Reklama w serwisie eBilet
- INFO dla organizatorów
- INFO dla punktów sprzedaży
- Afilacje
- Obsługa Firm
- Zamówienia grupowe
- Kontakt

IAAF Sopot 2014



Walentynki	Teatry	Koncerty	Widowiska
Kabarety	Dla dzieci	Sport	Promocje

Audioriver Festival

25-27.07.2014

Płock

Audioriver to wydarzenie, które już od 2006 roku udowadnia, że taneczne brzmienia nie muszą być proste, a muzyka ambitna nie musi być trudna. To największy w Polsce festiwal z elektroniką, prezentujący niemal wszystkie jej odmiany: od techno i house'u, przez drum & bass, dubstep, electro, a na IDM i popie kończąc.

[kup bilety / buy tickets >>](#)

Andrea Bocelli

30.08.2014

Stadion Cracovii, Kraków

Gdyby Bóg śpiewał, brzmiałby jak Andrea Bocelli – te słowa Celine Dion doskonale określają talent jednego z najbardziej znanych solistów wszechczasów. Jego głos, czasem melancholijny, czasem mocny i dostoyny, jest bezkonkurencyjny w ekspresji, a barwa rozpoznawalna niczym podpis. 20 lat światowej kariery i ponad 80 milionów sprzedanych albumów czyni z włoskiego tenora prawdziwą legendę.

[kup bilety / buy tickets >>](#)

IAAF Halowe Mistrzostwa Świata w Lekkoatletyce Sopot 2014

7-9.03.2014

ERGO ARENA, Gdańsk/Sopot

Mistrzostwa odbędą się w dniach 7-9 marca 2014 w Sopotcie w hali widowiskowo-sportowej Ergo Arena. Po raz pierwszy w 100-letniej historii IAAF, w Polsce zagospodarzą Mistrzostwa, w których weźmie udział ok. 500 zawodników z prawie 160 krajów w 26 konkurencjach.

[kup bilety / buy tickets >>](#)

LIFE FESTIVAL Oświęcim 2014: Eric Clapton

28.06.2014

Stadion MOSiR, Oświęcim

Eric Clapton, legendarny wokalista i gitarzysta, będzie gwiazdą ostatniego dnia Life Festival Oświęcim 2014. Artysta zagra na stadionie MOSiR w sobotę, 28 czerwca. Dzień wcześniej na tej

eBilet.pl

KSW 26
[Zobacz zwiastun!](#)

POLECAMY

1. KSW 26
2. Andrea Bocelli
3. IAAF Sopot 2014
4. Audioriver 2014
5. Life Festival Oświęcim 2014
6. 30 Seconds to Mars
7. Siesta Festival 2014
8. Kult Unplugged
9. RAZ DWA TRZY symfonicznie
10. Rocket Festival

ODWOŁANE/PRZENIESIONE

Yasmin Levv
Jake Bugg
Ellie Goulding
Wiecie!

Wybierz teatr

Teatr Kwadrat - BILETY

Dusza Kobusza
Album DVD 3 płyty
[KUP](#)

Przez park na bosaka - nowa odsłona
[BILETY](#)

Ciotka Karola 3.0
[BILETY](#)

To tylko sztuka
[BILETY](#)

Ślub doskonały
[BILETY](#)

Klub cmentarny
[BILETY](#)

Przyjazne dusze
[BILETY](#)

Co ja Panu zrobiłem, Pignon?
[BILETY](#)

Zdjęcie 13. Dostępny kalendarz wydarzeń, podkreślający daty z aktywnymi (dostępnymi) wydarzeniami. Minimalistyczny listing najnowszej oferty.

24bilety.pl

APLIKACJA MOBILNA 01. MOBILE 02. WSPÓLPRACA 03. MIEJSCA 04. WYDARZENIA 05. KONTAKT

Dzisiaj jest: Poniedziałek, 27 stycznia 2014, Imienniki: Anieli, Juliana, Przemysław

Szukaj

» szukanie zaawansowane

- wszystkie miasta -

- wszyscy organizatorzy -

Wydrukuj bilet ponownie

Newsletter

Kalendarz wydarzeń

Styczeń »

Pn	Wt	Śr	Cz	Pt	So	Nd
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Dziś » Jutro » Tydzień » Miesiąc

Najczęściej oglądane

- KLIMAKTERIUM 2 czyli MENOPAUZY SZAL
- HEY Unplugged
- DZIADEK DO ORZECHÓW
- CZARODZIEJSKI FLET
- SEKS DLA OPORNYCH
- MADAMA BUTTERFLY
- AIDA
- DEFEATER / Caspian / Landscapes / Goodtime Boys | 28.01.2014 | Warszawa | Hydrozagadka
- MAKBET
- KAYAH TRANSORIENTAL ORCHESTRA
- KONCERT TERESY WERNER
- Szalone nożyczki
- CYRULIK SEWILSKI
- 15.02.2014, godz. 19.00, Kuba Badach - Tribute to Andrzej Zaucha. Obecny, Impresariat Muzyczny
- KONCERT WALENTYNKOWY - LATYNOSKA NOC

Wszystkie **Najbliższe** **Nowości** **Teatry** **Kina** **Polecane**

Ray Wilson & Quartet Gdynia
GENESIS
28 marca 2014 r.

Polecamy

KONCERT Bilety na Renata Przymyk - koncert jubileu... 2014-02-01, Poznań

KABARET Bilety na WYSTĘP KABARETOWY PIOTRA BAŁTROC... 2014-03-10, Poznań

KONCERT Bilety na ANNA CALVI 2014-03-10, Poznań

KONCERT Bilety na KONCERT NATALIA NIEMEN 2014-03-22, Lublin

Aktualne wydarzenia

TEATR Bilety na WEEKEND Z R. 2014-01-27, Warszawa

TEATR Bilety na SHIRLEY VALENTINE 2014-01-31, Warszawa

TEATR Bilety na DANUTA W. 2014-02-07, Warszawa

Bilety na 22.02.2014, godz. 19.00, Chris W... 2014-02-22, Białystok

KONCERT Bilety na 16.03.2014, godz. 19.00, Koncert... 2014-03-16, Białystok

KONCERT Bilety na TOSCA 2014-05-28, Gdańsk

KONCERT Bilety na HEY Unplugged 2014-02-23, Gdańsk

KONCERT Bilety na CHÓR ALEXANDRE POUSTOVALOV 2014-03-22, Gorzów

KONCERT Bilety na Kuba Badach Tribute to Andrzej Z... 2014-03-08, Poznań

KONCERT Bilety na Koncert symfoniczny 24.05.2014 2014-05-24, Warszawa

Bilety na spektakl „Western Society” kolek... 2014-02-15, Poznań

TEATR Bilety na ZEMSTA 2014-02-25, Warszawa

Zdjęcie 14. Lista najnowszych wydarzeń w uporządkowanej kolejności (zakładka Polecamy).

6.2. Proces rejestracji w systemie

FORMULARZ REJESTRACYJNY

Konieczne jest wypełnienie wszystkich wymaganych pól. Podaj adres stałego zamieszkania.

Użytkownik (e-mail):		<i>Proszę podać poprawny adres e-mail.</i>
Hasło:		<i>Hasło z rozróżnieniem wielkości liter, minimalna długość to 6 znaków. Hasło nie może zawierać polskich znaków.</i>
Zatwierdź nowe hasło:		<i>Proszę podać takie samo hasło ponownie.</i>
Imię:		
Nazwisko:		
Adres:		
Miasto:		
Kod pocztowy:		
Kraj:	POLAND	
Telefon:		<i>Twój numer telefonu w formacie międzynarodowym (n.p. +48123456789)</i>

ZAPISZ

Zdjęcie 15. Proces rejestracji, wymagający od kupującego podania swoich danych adresowych, niezbędnych do przeprowadzenia procesu zamówienia biletu.

6.3. Podgląd Wydarzenia



Home > Muzyka > Miuosh & Onar

Miuosh & Onar



Miejsca imprez:

[Klub Sfinks700, Sopot](#) [Pokaż pozycję na mapie](#)

13.2.2014	20:00	Sfinks	Bilety
-----------	-------	--------	------------------------

Ceny biletów:
- 29 zł

 [Co to jest E-Ticket?](#)

Google Facebook Wykop.pl Digg Wyślij e-mailem Drukuj

+1 0 Tweetnij 0 Lubię to! 0

Dodaj komentarz...

☒ Opublikuj też na Facebooku Dodajesz jako El Commendant (Zmień) [Dodaj komentarz](#)

Wtyczka społecznościowa Facebooka

Szczegóły wydarzenia

Źródło: Materiały promocyjne organizatora

Organizator: [Illegalbreaks](#)

IMPREZA MIEJSCE HALA RODZAJ DATA

Szukaj imprezy

ostatnie wyszukiwanie Ostatnio oglądane Zaawansowane szukanie

SZCZEGÓŁY IMPREZY

Nazwa imprezy:	Miuosh & Onar	CO TERAZ? Aby dodać bilety do koszyka musisz być zalogowany.
Data i czas:	2014-02-13 20:00	
Miejsce:	SFINKS 700, Sopot	
Hala:	Sfinks	

BILETY

KATEGORIA CENOWA	TYP BILETU	CENA	IŁOŚĆ
Bilet	INET	29,00 zł	

[DALEJ](#)

Zdjęcie 16. Podgląd Wydarzenia, przedstawiający kluczowe informacje o wydarzeniu, w tym nazwę imprezy, datę i czas, miejsce, wykonawcę.



Bilety na koncerty,
festiwale, spektakle, sport
oraz inne wydarzenia
Jazz



Koszyk 0



Lista obserwowanych 0



Mój EVENTIM | Zaloguj się

Polski

Ponad 20,000 imprez rocznie, z których 3 odbywa się dziś.

Wyszukiwanie zaawansowane

Wszystkie wydarzenia: koncerty...

Miasta

Szukaj artystów i wydarzeń

Szukaj

Jazz

WYBIERZ KATEGORIĘ

Jazz

WYBIERZ MIASTO

Wszystkie

WYBIERZ OKRES CZASU

Wszystkie

Szukaj artysty

Znajdź nas na Facebooku



facebook

Jazz (9 Wydarzeń)

Alfabetycznie

	Anna Serafińska - Groove Machine 16.03.14 do 16.03.14	Bilety od 55,00 PLN	Bilety
	AVISHAI COHEN 22.05.14 do 22.05.14	Bilety od 90,00 PLN	Bilety
	Ethno Jazz Festival: ANTHONY STRO... 11.02.14 do 11.02.14	Bilety od 50,00 PLN	Bilety
	Ethno Jazz Festival: THE WEBB SIS... 11.03.14 do 11.03.14	Bilety od 50,00 PLN	Bilety
	Ethno Jazz Festival & Siesta w St... 03.04.14 do 03.04.14	Bilety od 90,00 PLN	Bilety
	GORZYCKI / PATER SAAGARA 01.03.14 do 01.03.14	Bilety od 30,00 PLN	Bilety
	IGOR BOXX / DREAM LOGIC 28.02.14 do 28.02.14	Bilety od 25,00 PLN	Bilety
	OLBRZYM I KURDUPEL / WORK 15.02.14 do 15.02.14	Bilety od 25,00 PLN	Bilety

Zdjęcie 17. Mechanizm wyboru biletów na wydarzenia z konkretnej kategorii.

Wszystkie wydarzenia: koncerty...

Miasta ▶

Szukaj artystów i wydarzeń

Szukaj ▶

Anna Serafińska - Groove Machine - Bilety



Jesienią tego roku ukaże się najnowszy album wybitnej wokalistki jazzowej Anny Serafińskiej. Na płycie znajdzie się zapis koncertu, który odbył się w radiowej Trójce 7 kwietnia 2013. Zaprezentowano...

▶ Więcej informacji o wydarzeniu

- ▶ Poleć to wydarzenie
- ▶ Obserwuj
- ▶ Dodaj do listy życzeń



▶ Bilety od 55,00 PLN

Kup bilety

Callcenter +48 22 591 83 83*
Pon.-Pt.: 10:00 - 18:00

Anna Serafińska

Podsumowanie

Bilety

Miejsca

Raporty fanów

Lubię to! Udostępnij 0

g+ 0 f t my +

BILETY WIDOK KALENDARZA

WYDARZENIE ▶

MIASTA ▶

DATA ▲

☐ TYLKO DOSTĘPNE

Anna Serafińska - Groove Machine

WARSZAWA
Teatr Syrena

N, 16.03.14
19:00

☒ Bilety od 55,00 PLN

▶ Bilety

1 - 1 z 1 Wydarzenia

Informacje na temat wydarzenia

▶ Pokaż więcej

Jesienią tego roku ukaże się najnowszy album wybitnej wokalistki jazzowej Anny Serafińskiej. Na płycie znajdzie się zapis koncertu, który odbył się w radiowej Trójce 7 kwietnia 2013.

Zaprezentowane premierowe nagrania koncertowe to wybuchowa mieszanka nowoczesnego jazzu, łącząca utwory wielojęzyczne i multistylowe, zarówno z tekstem, jak i w pełni instrumentalne. Ich stylistykę sama wokalistka opisuje jako vocal fusion. Koncert z repertuarem zaprezentowanym na płycie będzie można na żywo ... ▶ Czytaj więcej

Kontynuuj przeglądanie

WYBIERZ KATEGORIĘ

Wszystkie ▶

WYBIERZ MIASTO

Wszystkie ▶

SZUKAJ

Kod pocztowy/miasto

Szukaj ▶

◀ Wstecz

* Callcenter:

Zdjęcie 18. Szczegółowe informacje o planowanym wydarzeniu, wraz ze zdjęciem i wyraźnym przyciskiem Kup bilety.

TWÓJ KOSZYK

Dziękujemy za dokonanie wyboru. Prosimy sprawdzić zawartość koszyka i kontynuować zamówienie.

[Kup więcej biletów](#)

1 Koszyk 2 Adres 3 Typ płatności 4 Weryfikacja 5 Potwierdzenie

21:36

Rezerwacja biletów

Prosimy zwrócić uwagę na czas.

AMOROSO – wieczór piosenki włoskiej

Skasuj

Cz. 13.02.14 / 19:00

Teatr Ateneum im. Stefana Jaracza, WARSZAWA

Przedsprzedaż, Balkon

Sektor: Balkon, Rząd: 2, Miejsce: 3,4

2 x 55,00 PLN

110,00 PLN

Podsuma:

110,00 PLN

Opcje wysyłki

☒ List Polecony Priorytet

Poczta Polska

☐ Kurier DHL

Przesyłka kurierska DHL

☐ List polecony priorytet międzynarodowy

List polecony priorytet międzynarodowy

☐ Kurier na terenie Europy

Przesyłka kurierska na terenie Europy

☐ Kurier poza Europą

Przesyłka kurierska - świat

List Polecony Priorytet

7,00 PLN

Voucher biletowy

Kod vouchera

[Przelicz](#)

Prosimy podać kod vouchera. Następnie prosimy kliknąć "Przelicz" w celu odliczenia kwoty vouchera od wartości zamówienia.

Brak informacji

0 PLN

Gwarancja EVENTIM

- 1 Szybka i wygodna dostawa
- 2 Informacje o zmianie daty i odwołaniach
- 3 Bezpieczny proces zakupu (szyfrowanie SSL 128 bit)

Zdjęcie 19. Proces składania zamówienia na zakup biletów, podzielony na pięć głównych etapów (koszyk, dane adresowe, typ płatności, weryfikacja danych, ekran potwierdzenia).

Warszawa > Łódź > Kraków > Poznań > Wrocław > Trójmiasto > Bydgoszcz > Śląsk



szukaj... / search...

<< Styczeń / January 2014 >>

Pn	Wt	Śr	Cz	Pt	So	Ni
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Wpisz fragment tytułu lub nazwy organizatora / Enter a part of the title or promoter's name:

- menu...
- Strona główna
 - Teatry
 - Koncerty
 - Widowiska
 - Kabarety
 - Dla dzieci
 - Sport
 - Promocje
 - Walentynki
 - Punkty sprzedaży
 - Partnerzy
 - Jak kupować
 - Polityka prywatności
 - Regulamin
 - Pomoc
 - Reklama w serwisie eBilet
 - INFO dla organizatorów
 - INFO dla punktów sprzedaży
 - Afilacje
 - Obsługa Firm
 - Zamówienia grupowe
 - Kontakt

wyniki wyszukiwania...

Sortuj według: [tytułów] [daty i godziny]

ANDREA BOCELLI

Organizator: [Organizator: Makroconcert Polska Sp. z o.o.](#)
(zobacz inne tytuły tego organizatora)

Sobota / Saturday 2014-08-30 20:00

Stadion Cracovii
Józefa Kakaży 1, 30-962 Kraków

sprzedaż on-line biletów trwa do 2014-08-30 17:00

[kup bilety / buy tickets](#)



Gdyby Bóg śpiewał, brzmiałby jak Andrea Bocelli – te słowa Celine Dion doskonale określają talent jednego z najbardziej znanych solistów wszechczasów. Jego głos, czasem melancholijny, czasem mocny i dostoyny, jest bezkonkurencyjny w ekspresji, a barwa rozpoznawalna niczym podpis. 20 lat światowej kariery i ponad 80 milionów sprzedanych albumów czyni z włoskiego tenora prawdziwą legendę. Już 30 sierpnia na Stadionie Cracovii, w towarzystwie wspaniałego chóru oraz orkiestry symfonicznej, wystąpi Andrea Bocelli. Zaprezentuje swoje największe przeboje oraz interpretacje pięknych miłosnych piosenek, które znalazły się na jego najnowszej płycie *Passione*.

[Zobacz mapę obiektu](#)



[więcej / more info >>](#)

Wygodne Zakupy w eBilet.pl

bilet domowy:

Nowość w Serwisie eBilet, więcej na temat biletów domowych można przeczytać [TUTAJ](#)

odbiór przed imprezą:

Polecamy Państwu zakup i rezerwację biletów on-line z opcją odbioru blankietów przed wejściem. Nasz pracownik będzie czekał na Państwa z blankietami w oznaczonym stoisku, przy wejściu do sali koncertowej - na godzinę przed koncertem.

dostawa do domu lub pracy:

Jeżeli życzą sobie Państwo otrzymać bilety wcześniej, nasz firmowy kurier dostarczy je pod wskazany adres w ciągu 7 dni roboczych.

Prosimy zaznaczyć preferowaną opcję podczas składania zamówienia. Dziękujemy.

Convenient shopping with eBilet.pl!

HomeTicket:

New at eBilet.pl! [Read more about Home Ticket!](#)

Pick up at evening box office

We recommend to purchase your ticket online and choose an option to pick up at evening box office. You can pick up your tickets one hour before the event at the information desk.

home or work delivery:

If you wish to receive tickets extremely fast, our internal courier department will deliver your

Zdjęcie 20. Podgląd wydarzenia z podkreśleniem mapy obiektu i możliwością powiększenia planu obiektu.



IMPACT Festival

IMPACT Festival - bilety i informacje. Zobacz daty, ceny biletów i program. Na LiveNation.pl znajdziesz najnowsze informacje o IMPACT Festival.

IMPACT Festival Biografia



 Dodaj do ulubionych



 Wyślij znajomemu



Wybierz bilety na koncert IMPACT Festival

Krajowe wydarzenia muzyczne

① Cena obejmuje cenę biletu oraz opłaty serwisowe.

▼ Data		Wydarzenia muzyczne	Miejsce	Miasto/Kraj	
11 cze 2014	12 cze 2014	Impact Festival Black Sabbath, Aerosmith, Alter Bridge	Atlas Arena	Lódź	220,00 zł - 990,00 Znajdź bilety
11 cze 2014	12 cze 2014	Impact Festival Black Sabbath, Aerosmith, Alter Bridge	Atlas Arena	Lódź	Bilety niedostępne

IMPACT Festival Biografia

IMPACT FESTIVAL 2014

BLACK SABBATH – sprzedał ponad 70 milionów albumów na całym świecie. Występ na Impact Festival będzie częścią ostatniej światowej trasy koncertowej, promującej ich album „13”.

AEROSMITH – Ostatni koncert w Polsce zagrali 20 lat temu 12-tego czerwca powracają w wielkim stylu. Sprzedali ponad 150 milionów egzemplarzy swoich albumów na całym świecie są legendami i ikonami swojego charakterystycznego stylu - mieszkanki rocka i bluesa.

ALTER BRIDGE - Założony w 2003 przez gitarzystę formacji Creed, Marca Tremontiego oraz byłego perkusistę tego zespół Scotta Philipsa a także byłego basistę Creed, Briana Marshalla oraz Mylesa Kennedy, byłego wokalistą i gitarzystą formacji The Mayfield Four pochodzący z Orlando hard rockowy zespół ma wielkie uznanie dla początków muzyki rockowej, a jego materiał odwołuje do tradycji lat 70-tych.

Przypomnijmy:

IMPACT FESTIVAL zadebiutował na polskim rynku koncertowym w 2012 roku na dwóch scenach w 2012 i 2013 roku z dumą gościł zespoły z górnej półki m.in. Red Hot Chili Peppers, Rammstein, Slayer, Kasabian, Thirty Seconds To Mars, Korn, Stereophonics, Paramore, Behemoth, Public Image LTD.

III edycja będzie kolejną niespodzianką, a sam festiwal sżykuje się nie lada wydarzeniem. W czerwcu 2014 roku festiwal zawita do Atlas Areny. Dzięki wsparciu miasta Łódź uda nam się zorganizować 2 dni znakomitej zabawy.

Zdjęcie 21. Ekran wyboru biletów na wydarzenie muzyczne. Od góry prezentacja oferty ze zdjęciami, poniżej opis tekstowy wydarzenia.

6.4. Proces zamawiania biletu na Wydarzenie

BILETY ▶ Do wyboru daty

Wybór najlepszych miejsc
Wybierz cenę - my wybierzemy najlepsze dostępne miejsca.

Zakup z planu sali
Samodzielnie szukaj miejsca

1 Bilet wstępu 55,00 PLN - +

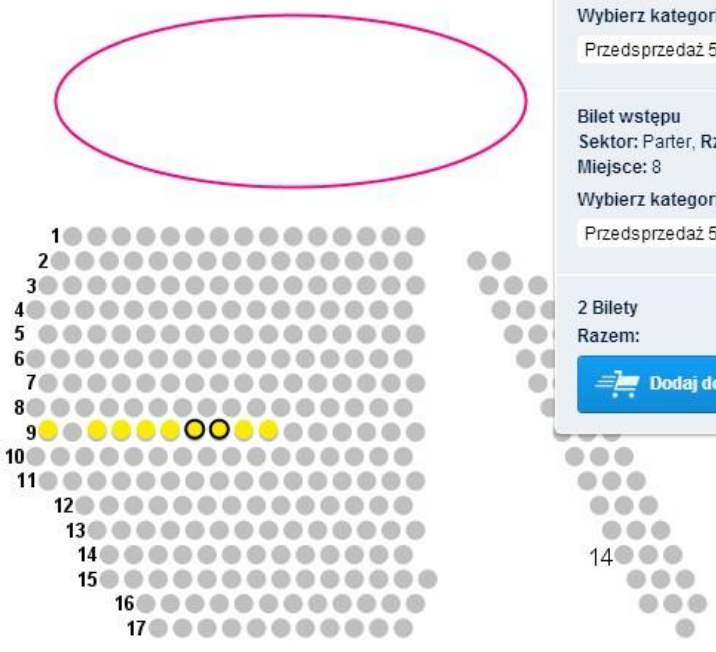
2 Bilety

Bilet wstępu
Sektor: Parter, Rząd: 9,
Miejsce: 7
Wybierz kategorie biletów
Przedsprzedaż 55,00 PLN

Bilet wstępu
Sektor: Parter, Rząd: 9,
Miejsce: 8
Wybierz kategorie biletów
Przedsprzedaż 55,00 PLN

2 Bilety
Razem: 110,00 PLN

 Dodaj do koszyka



Zdjęcie 22. Mechanizm wyboru dostępnego miejsca (biletu), prezentacja obiektu.

BILETY ▶ Do wyboru daty

Wybór najlepszych miejsc

Wybierz cenę - my wybierzemy najlepsze dostępne miejsca.

Wszystkie kategorie

1 Parter 99,00 PLN

2 Balkon 55,00 PLN

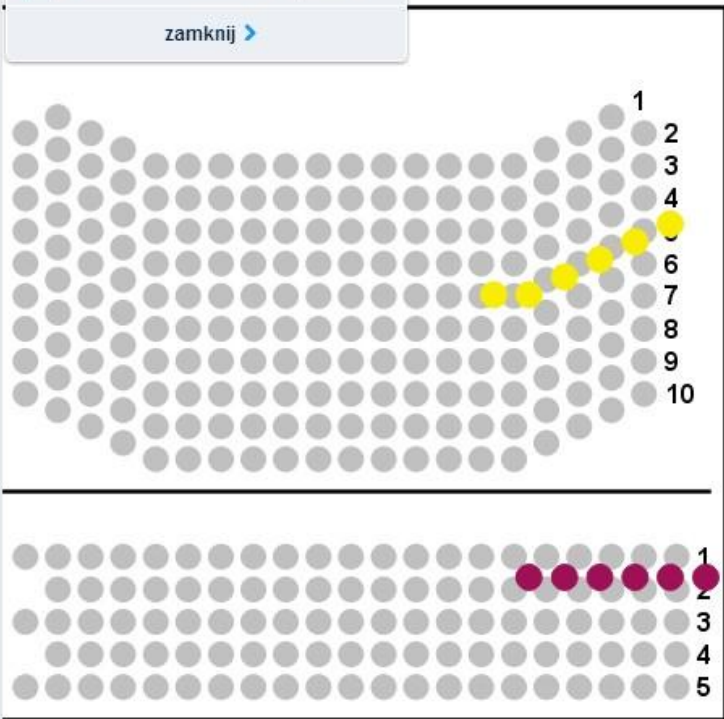
zamknij ▶

– +

0 Biletów ▼

 **Zakup z planu sali**
Samodzielnie szukaj miejsca

ENEUM



Zdjęcie 23. Mechanizm wyboru dostępnych miejsc (biletów). Dwoma kolorami pokazane są miejsca na parterze (kolor żółty) oraz na balkonie (kolor bordowy).

61

KONSTELACJE

Data: Wtorek, 2014-01-28, godz. 19:30
 Organizator: Fundacja Krystyny Jandy Na Rzecz Kultury
 Adres: ul. Marszałkowska 56, Warszawa

Warianty biletów: numerowane

Sekcja: parter

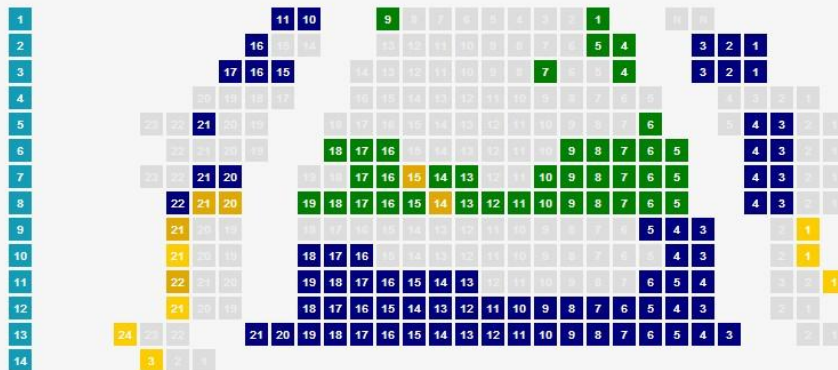
Ilość: 6 szt.

wstecz

dalej

Normalny: 48,00 Normalny: 80,00 Normalny: 95,00

SCENA



Dyscyplina : Koszykówka

Nazwa : PLK: PGE Turów Zgorzelec -
 Kotwica Kołobrzeg

Gdzie : Centrum Sportowo-Rekreacyjne w
 Zgorzelcu
 ul. Maratońska 2
 59-900 Zgorzelec

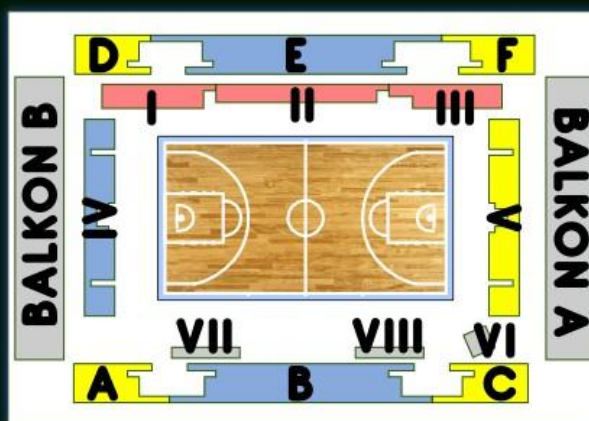
Kiedy : 2014-01-30 Godz.18:30

Zakończenie sprzedaży internetowej :
 2014-01-28

Uwaga! Wpłaty należy dokonywać po otrzymaniu
 maila potwierdzającego dokonanie rezerwacji

[Dane organizatora](#)
[Szczegóły opłat](#)

Kliknij na wybrany sektor by przejść do kupowania biletów

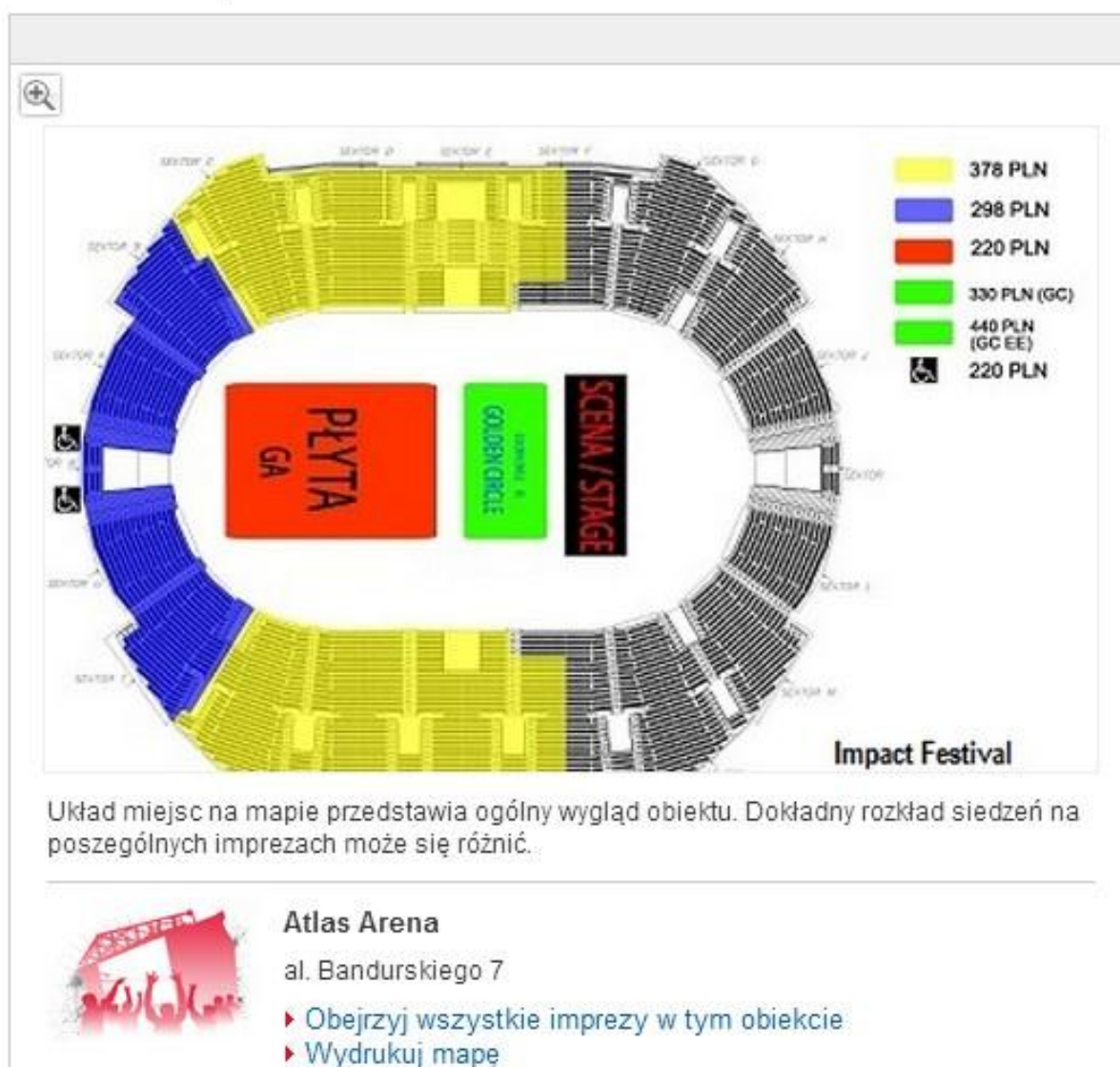


Ceny Biletów:

	Bilet normalny	Bilet ulgowy
Kategoria I	35,00 zł	25,00 zł
Kategoria II	25,00 zł	15,00 zł
Kategoria III	20,00 zł	15,00 zł

Zdjęcie 24. Prezentacja obiektów, umożliwiającą wyboru sektora (Balkon B, Balkon A, sector A, B, C, D, E, F). Po wybrze sektora system przechodzi do wyboru konkretnego miejsca w sektorze, gdzie kolorami (żółty, niebieski, błękitny) zaznaczone są różne typy dostępnych miejsc (biletów).

Atlas Arena Mapa widowni



Zdjęcie 25. Mapa widowni z pokolorowanymi sektorami. Kliknięcie w dany sektor powoduje przejście do ekranu wyboru dostępnych miejsc (biletów).



Aerosmith
Cz, 12.06.14, 17:30
Atlas Arena
al. Bandurskiego 7, 94-020 ŁÓDŹ

plan sali

Wszytkie kategorie

Układ miejsc
Dokładny

SEKTOR S

2 Bilety

Trybuny
Wejście: Brama 16,
Sektor: Sektor S, Rząd: 19,
Miejsce: 8

Wybierz kategorie biletów
Bilet Normalny 378,00 PLN

Trybuny
Wejście: Brama 16,
Sektor: Sektor S, Rząd: 19,
Miejsce: 9

Wybierz kategorie biletów
Bilet Normalny 378,00 PLN

2 Bilety

Razem: 756,00 PLN

Dodaj do koszyka

Zdjęcie 26. Plan Sali z prezentacją dostępnych miejsc (biletów) w różnych kategoriach cenowych. Po wybraniu dostępnego miejsca, system umożliwia przejście do kolejnego etapu zamówienia (Dodaj do koszyka).

7. Pozostałe

7.1. Harmonogram prac

Sugerowana przez nas kolejność wdrożeniowa przy tak złożonym projekcie, to:

- W pierwszej kolejności przygotowanie kompletnej specyfikacji technicznej na poziomie programistycznym, obejmującej wszystkie części systemu B2B
- Następnie wdrożenie pierwszego modułu systemu B2B, panelu współpracy z organizatorami koncertów, promotorami – etap ten powinien nie trwać dłużej niż 3-4 miesiące.
- W dalszej kolejności zalecamy wdrożenie modułu systemu B2B, panelu zarządzania bieżącą sprzedażą i rozliczeniami – faza ta nie powinna zająć więcej niż 2-4 miesiące
- Finalnym etapem wdrożenia powinno być przeprowadzenie testów końcowych systemu, wraz z przekazaniem przez Zespół IT dokumentacji technicznej Systemu

Sugerowaną metodą raportowania postępu prac nad tak złożonym systemem, jest zastosowanie wykresu Gantta. Diagram Gantta (Harmonogram Adamieckiego) – graf stosowany głównie w zarządzaniu projektami. Uwzględnia się w nim podział projektu na poszczególne zadania, oraz rozplanowanie ich w czasie.

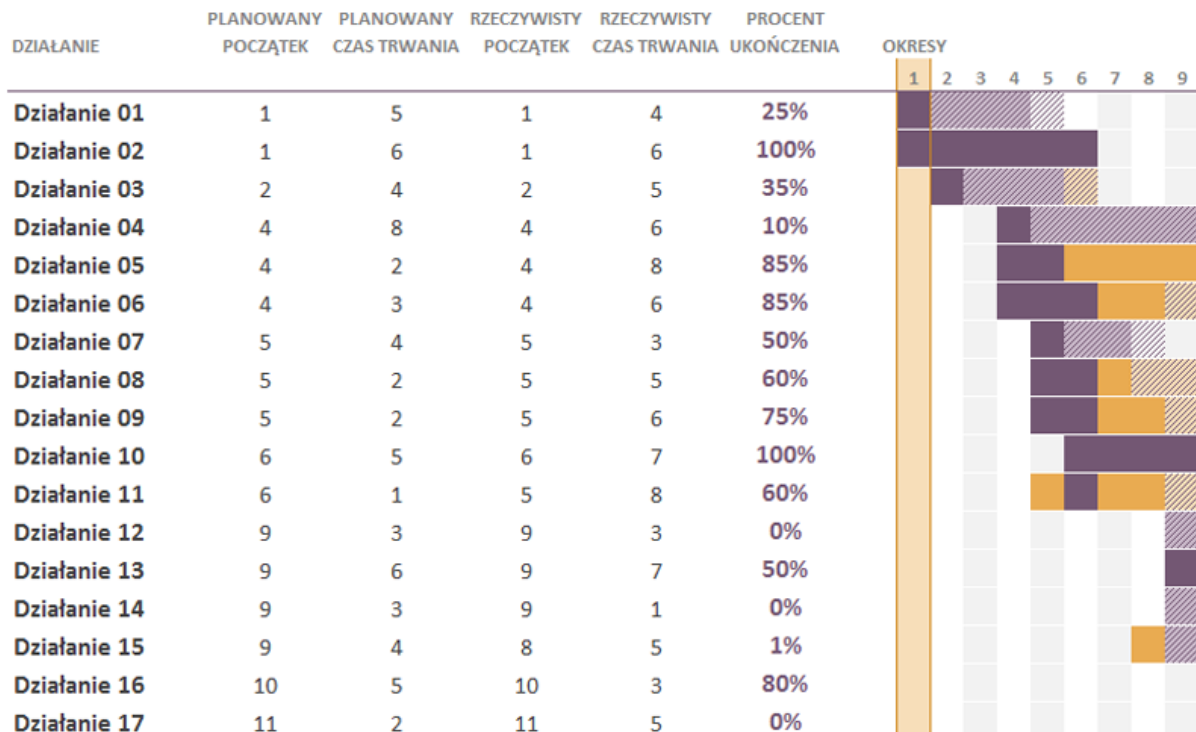
Pierwsze narzędzie tego typu stworzył Karol Adamiecki już w 1896 roku, jednak nie opublikował go aż do roku 1931. Nazwa diagramów pochodzi od nazwiska Henry'ego Gantta, który opracował je w 1910 roku dla fabryki Bethlehem Steel System Zadań i Premii (The Task and Bonus System) i w tym samym czasie opublikował w „Engineering Magazine”. System ten stworzył podstawy nowoczesnego zarządzania projektami, wnosząc m.in. metodę tworzenia diagramów Gantta, pozwalających na prezentację wykresów ukazujących harmonogram zadań w projekcie.

Istnieje wiele metod tworzenia diagramów Gantta, jak również duża ilość możliwych do zastosowania oznaczeń.

Przykładowy wykres Gantta przedstawia poniższa ilustracja:

Terminarz projektu

Wyróżnienie okresu: 1



Za pomocą tego terminarza projektu można śledzić projekt według unikatowych działań, korzystając z modelu wykresu Gantta. Dzięki temu można łatwo sprawdzić, czy działania są wykonywane zgodnie z planem.

Zakończenie

Projekt powinien być realizowany w kierunku maksymalizacji stopnia zaspokojenia potrzeb partnerów, zgłaszanych w odniesieniu do planowanego do wprowadzenia poszerzenia asortymentu. Kluczowe cele i założenia we wdrożeniu systemu to skrócenie czasu pomiędzy informacją a transakcją, bezproblemowy i całodobowy dostęp do zlecenia, dostęp za pomocą sieci Internet. System powinien pozwalać na przekazywanie bieżących raportów w trybie rzeczywistym, bez opóźnień. Kolejną jego cechą będzie elastyczność i możliwość edytowania zleceń. Podmioty działające w ramach grup podmiotów będących adresatem projektu, są bardzo żywo zainteresowane możliwością edytowania zleceń, co wynika z faktu, iż oferowany w przyszłości przez Advertigo S.A. kanał jest tylko jednym z użytkowanych i konieczne jest pełne zsynchronizowanie działań.

Cyfrowy obieg dokumentów jest podstawową osią projektowanego systemu B2B. Jedną z kluczowych potrzeb klientów jest obniżenie kosztów współpracy, głównie z segmencie organizacyjno-administracyjnym. Najważniejsze koszty w tym zakresie wynikają z pracochłonności i czasochłonności tradycyjnego obiegu dokumentów oraz informacji.

Wdrożony system powinien w znaczący sposób zwiększyć stopień wykorzystania potencjału usługowego firmy, skrócić czas realizacji zleceń, a także pozwolić na realizację dużej liczby wykonywanych zleceń oraz ilości sprzedanych biletów. Pozwoli to na prowadzenie działalności na niskim poziomie kosztu jednostkowego, głównie poprzez wprowadzenie cyfrowej formy współpracy pomiędzy partnerami.

Ważną częścią systemu z punktu widzenia powodzenia projektu, jest także część prezentacji oferty na wydarzenia, która została opisana w rozdziale 6. Przystępując do realizacji systemu należy wskazać, ażeby wdrożenie przebiegało zgodnie z zaplanowanym harmonogramem (rozdział 7). Zachowanie kolejności prac wskazanych w harmonogramie pozwoli na skuteczną realizację Systemu B2B.

Spis rysunków i ilustracji

Zdjęcie 1. Schemat architektury systemu klasy B2B dla Advertigo S.A.	10
Zdjęcie 2. Przykładowy bilet na concert The Police z kodem kreskowym podwójnym.	23
Zdjęcie 3. Przykładowy bilet z kodem kreskowym.	24
Zdjęcie 4. Przykładowy wygląd interfejsu system klasy B2B. Na przykładzie widać filtry umożliwiające szukanie skonkretyzowanych informacji, zgodnie z sugestiami użytkownika. W prawym górnym rogu ekranu dostępne opcje zarządzania systemem, takie jak edycja danych, wylogowanie się z systemu.	25
Zdjęcie 5. Przykładowy widok kalendarza z zadaniami. Pozwala w intuicyjny sposób przedstawić wydarzenia i zadania w kolejności chronologicznej.	26
Zdjęcie 6. Widok listy elementów w przykładowym systemie klasy B2B.	26
Zdjęcie 7. Prezentacja wielu danych w przykładowym systemie klasy B2B.	27
Zdjęcie 8. Intuicyjne, duże, wyraźne menu główne i nawigacja w przykładowym systemie klasy B2B. Nawigacja po systemie wdrażanym powinna być prosta i przyjazna użytkownikowi.	28
Zdjęcie 9. Przedstawienie oferty na stronie głównej LiveNation. Wyróżnione cztery główne imprezy w górnym pasku, dodatkowa reklama obok logotypu.	47
Zdjęcie 10. Mechanizm przesuwanego slidera z promowanymi wydarzeniami, poniżej lista pięciu wyróżnionych wydarzeń.	48
Zdjęcie 11. Lista głównych kategorii (typów) wydarzeń z lewej strony, w prawej kolumnie zastosowany mechanizm dynamicznego slidera prezentującego wyróżnione oferty.	49
Zdjęcie 12. Przedstawienie głównej oferty z wyraźnie zaznaczoną i eksponowaną wyszukiwarką wydarzeń, pozwalającą dotrzeć do dowolnej dostępnej oferty.	50
Zdjęcie 13. Dostępny kalendarz wydarzeń, podkreślający daty z aktywnymi (dostępnymi) wydarzeniami. Minimalistyczny listing najnowszej oferty.	51
Zdjęcie 14. Lista najnowszych wydarzeń w uporządkowanej kolejności (zakładka Polecamy).	52

Zdjęcie 15. Proces rejestracji, wymagający od kupującego podania swoich danych adresowych, niezbędnych do przeprowadzenia procesu zamówienia biletu.	53
Zdjęcie 16. Podgląd Wydarzenia, przedstawiający kluczowe informacje o wydarzeniu, w tym nazwę imprezy, datę i czas, miejsce, wykonawcę.....	54
Zdjęcie 17. Mechanizm wyboru biletów na wydarzenia z konkretnej kategorii.....	55
Zdjęcie 18. Szczegółowe informacje o planowanym wydarzeniu, wraz ze zdjęciem i wyraźnym przyciskiem Kup bilety.....	56
Zdjęcie 19. Proces składania zamówienia na zakup biletów, podzielony na pięć głównych etapów (koszyk, dane adresowe, typ płatności, weryfikacja danych, ekran potwierdzenia).	57
Zdjęcie 20. Podgląd wydarzenia z podkreśleniem mapy obiektu i możliwością powiększenia planu obiektu.	58
Zdjęcie 21. Ekran wyboru biletów na wydarzenie muzyczne. Od góry prezentacja oferty ze zdjęciami, poniżej opis tekstowy wydarzenia.	59
Zdjęcie 22. Mechanizm wyboru dostępnego miejsca (biletu), prezentacja obiektu. ..	60
Zdjęcie 23. Mechanizm wyboru dostępnych miejsc (biletów). Dwoma kolorami pokazane są miejsca na partnerze (kolor żółty) oraz na balkonie (kolor bordowy)....	61
Zdjęcie 24. Prezentacja obiektów, umożliwiająca wyboru sektora (Balkon B, Balkon A, sector A, B, C, D, E, F). Po wyborze sektora system przechodzi do wyboru konkretnego miejsca w sektorze, gdzie kolorami (żółty, niebieski, błękitny) zaznaczone są różne typy dostępnych miejsc (biletów).	62
Zdjęcie 25. Mapa widowni z pokolorowanymi sektorami. Kliknięcie w dany sektor powoduje przejście do ekranu wyboru dostępnych miejsc (biletów).	63
Zdjęcie 26. Plan Sali z prezentacją dostępnych miejsc (biletów) w różnych kategoriach cenowych. Po wybraniu dostępnego miejsca, system umożliwia przejście do kolejnego etapu zamówienia (Dodaj do koszyka).	64