



## **Краткий перечень вопросов по разработке ТЗ интернет магазина**

### **б/у товаров на платформе Diafan**

Товары и ценообразование.

1. Какая продукция будет представляться на сайте?

На сайте будут представлены автозапчасти следующих групп и категорий:

1.1 Группа товаров ШДК (см. приложение Каталог)

1.2 Группа товаров автозапчасти

Деление данных групп по разделам и подразделам происходит согласно каталогу приложения

1. Все автозапчасти характеризуются также свойствами принадлежности к марке автомобиля, модели автомобиля и производителю товара (не всегда идентично производителю автомобиля).

Автозапчасти могут быть как б/у так и новые, все должно описываться в свойствах товара в карточке товара при вводе.

2. Какие существуют группы продукции, ограничен ли их уровень вложенности?

Все товары разбиты на группы товара, разделы и подразделы, а также обладают дополнительными признаками — свойствами согласно карточек товара.

3. Какие характеристики имеются у этой продукции?

Все характеристики товара определяются либо выбором из существующих позиций либо вводом новых позиций. Данное не распространяется на Товарную группу, Разделы каталога и Подразделы каталога, которые являются определенными и всегда выбираются из существующих, а также основных характеристик размерности и сезонности Шин, Дисков, Колес.. Марка авто, модель авто, производитель авто, производитель всегда могут добавляться по необходимости при отсутствии такового в базе сайта. То же самое относится к другим желтым полям свойств характеристик товара согласно карточек товара.

На детальной странице обязательно находится 6-8 изображений товара, нужно указать, что имеется свойство «Дополнительные изображения товара» с фиксированным количеством, до 10 штук.

#### 4. Будет ли несколько видов продукции?

Под несколькими видами продукции подразумеваются те, которые кардинально различаются в своих характеристиках. Для нас это товарные группы — ШДК и Автозапчасти. Остальные виды и типы продукции можно смотреть по товарным карточкам.

#### 5. Типы цен на сайте

На сайте предполагается два типа цен:

- Розничная цена. Заносится контент-менеджером в рублях, отображается на сайте в рублях.

Доступна для просмотра розничным и оптовым пользователям. Покупать по данной цене могут розничные пользователи.

- Оптовая цена. Определяется как скидка от розничной цены для профессиональных покупателей, отображается на сайте в рублях. Доступна для просмотра и покупки только оптовым пользователям.

НДС включен в цену для всех товаров, дополнительного включения не требуется. Цены от количества приобретаемого товара не зависят.

#### 6. Зависимость цены от характеристик товара (Торговые предложения, SKU)

Предполагается для нового коробочного товара, например фара новая на Форд Фокус 2 дорестайлинг может быть как хром, так и черная внутри, или адаптив, или ксенон. Но данная функция не является очень необходимой.

#### 7. Остатки

Нужно вести учет и показ остатков для каждого товара (или его предложений). Под учетом подразумевается то, что при оформлении заказа на сайте, его количество уменьшается и при достижении 0 товар заказать нельзя. Более того, так как весь товар практически в единичном экземпляре, то товар в количестве 0 в поиске и остатках отражаться на сайте для покупателей не должен.

#### 8. Скидки на заказ, скидки по купонам, фиксированные скидки (в процентах или конкретная сумма)

В компании существуют следующие скидки на заказ:

При заказе от 30000 – 5%

При заказе от 55000 – 10%

Кроме того, существуют 2 группы профессиональных покупателей, либо набравшие скидки по накопительной системе описанной ранее, либо получающие статус администратором сайта.

Скидки не суммируются

#### 9. Фильтр.

Каждое красное или желтое поле в карточке товара служит фильтром для отбора товара в каталог по признакам и свойствам товара. При этом отбирается не только отмеченный товара данного раздела — подраздела и и непомяченный в данном поле. При этом должен работать и умный фильтр и производить первичный отбор товара если запрос совпадает с текстом в описании товара в карточке товара.

#### 10. «Сортировка» и «выводить по»

Очень часть в пожелания входит возможность выбора пользователем направления сортировки и

количество выводимых товаров при постраничной навигации. Если это имеет место быть, необходимо подробное описание.

Например, в каталоге возможна сортировка по названию и по дате добавления (сортировку можно выбрать как по возрастанию, так и по убыванию). Сортировка сохраняется на странице каталога, но при уходе со страницы происходит сбрасывание. Выводить по: 10, 20, 50

11. Интеграции. Требуется интеграция с 1С, в облаке — 1С CLOUD / нужно учитывать что:

- a. Минимальная версия для УТ
- b. Инициация обмена происходит всегда со стороны 1С
- c. выгрузка каталога из 1С на сайт (но не наоборот). При этом очень желательно чтобы структура в 1С соответствовала будущей структуре каталога на сайте
- d. Штатно: Возможен обмен заказами, но учет ведется только тех заказов, которые были сделаны на сайте

12. Добавление в корзину. можно положить только один товар или несколько товаров в корзину. Если требуется класть несколько товаров, класть товары без перезагрузки страницы, возвращать результат добавления и пересчета корзины и использование технологии без перезагрузки страницы.

Корзина и оформление заказа.

Процедура оформления заказа в следующая:

1. товар кладется в корзину.
2. при переходе в корзину можно удалить имеющиеся товары или изменить количество, пересчитать заказ.
3. При нажатии кнопки «Оформить заказ» если пользователь не авторизован – предлагается авторизоваться или зарегистрироваться. При этом регистрация пользователя обязательна. Также возможен заказ в 1 клик если разрешена данная опция на сайте.
4. выбирается тип плательщика (например, физическое/юридическое лицо)
5. в зависимости от типа плательщика заполняются свойства, например, для физического лица заполняется ФИО, для юридического – название организации. Некоторые из этих свойств могут входить в профиль (будут заполнены при следующем заказе). Для каждого плательщика обязательно присутствует свойство «местоположение», которое состоит из выбора страны и города.
6. Выбирается тип доставки (зависит от выбранного местоположения)
7. Выбирается способ оплаты
8. Заказ подтверждается

Сайт.

#### 1. Общая структура сайта

Описать общую структуру сайта: расположение меню, пункты меню, страницы, детальное описание каждой страницы и функционала, расположенного на нем.

Очень краткий пример (который должен быть расписан с примерными картинками минимум страниц на 15 для простого сайта):

В верхней части (вот тут) располагается меню, которое включает в себя пункты: каталог, доставка и оплата, покупателям, о компании, контакты. Меню выпадающее.

Каталог: Приложение № 1 каталог.

Страница каталога: содержит меню каталога (вот тут), которое выводится из разделов. Содержит фильтр, постраничную навигацию, список позиций каталога.

Страница магазинов: содержит список всех магазинов в формате: название магазина, картинка.

Так же все магазины отображаются на общей Яндекс-карте.

#### 2. Количество языковых версий сайта

Сколько языковых версий сайта — 1 русская.

### 3. Группы пользователей и права доступа

Какие существуют группы пользователей? Стандартными и обязательными являются три группы: Старший администратор, Администраторы и Пользователь с ограничениями применяются для каждой группы

Дополнительный функционал.

Если требуется какой-либо дополнительный функционал: сопутствующие товары, «вы так же смотрели», кнопки «мне нравится» вконтакте и фейсбук, необходимо описать его, как можно более подробно. Как действует, на каких страницах размещается и т.д.

Ниже просто информация для представления:

Работающие сайты с примерно похожим представлением товара:

<http://razborfavorit.ru/>

<http://parts.uaz.ru/>

<http://parts.ssangyong.ru/>

<http://www.shina-33.ru/>

<http://astar.ua/>

<http://zapchastistels.ru/>

**ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПОЯСНЕНИЯ**  
**по адаптации шаблона к б/у товарам автозапчасти**  
**или созданию нового шаблона**



**azpbu.ru**

**Вступление**

Все существующие шаблоны разрабатываются всегда применительно к торговле нового и каталожного товара, что не учитывает его состояние. Весть новый товар возобновляемый и существует в виде каталога с изменением только количества товара на складе.

Мы продаем б/у запчасти, что привносит в процесс продажи определенные технические нюансы. Б/у запчасти покупаются в первую очередь глазами, а не подбором, сравнением или обсуждением и чтением комментариев и отзывов. Поэтому главная задача в том, что покупатель должен быстро и логично пройти дерево каталога в группу товаров которая ему необходима с учетом марки автомобиля, модели и существующих признаков модификаций и после этого сделать покупку **ОЦЕНИВ ВИЗУАЛЬНО** состояние детали и угадав ее применимость на его автомобиле или лодке.

**Метод продажи**

Именно выбор детали глазами и вносит сложность в процесс продажи. Максимально показать деталь наша задача. Поэтому и требуется подгрузка такого количества фотографий и возможно видеоролика для особо капризных покупателей.

**Метод каталогизации**

Самая главная непреодолимая в подготовке дерева каталога сложность в том, что люди создают каталог и вбивают в него товар, а не выбирают товар в каталог по признакам товара! В итоге товар остается болтаться только в одном разделе и так найти его тяжело покупателю который мыслит не так логично как программист и если мысли покупателя о пути движения к нему заиклены. Мы хотим сделать каталог, в который происходит вбивание товара по известным первичным признакам, и потом по мере необходимости производится корректировка признаков в товарной карте и как следствие, товарная позиция выбирается в каталоги согласно этим заполненным позициям — красным и желтым полям в карте товара.

**НАДО ИДТИ ИСХОДЯ ИЗ ГЛАВНОГО — ПЕРВИЧЕН НЕ СОБСТВЕННО КАТАЛОГ, ПЕРВИЧНЫ ПРИЗНАКИ ТОВАРА ПОЗВОЛЯЮЩИЕ РАЗНЕСТИ ЕГО ПО ЛЮБЫМ КАТАЛОГАМ И ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ЛЮБЫМ ПОИСКОМ.**

Сложность каталогизации и подбора товара заключается в том, что какие то детали характеризуются цветом (кузовные детали или детали корпуса, надстройки), какие то детали зависят от Формы кузова авто или яхты (седан, универсал для авто, или водомет, лодка с рулевой колонкой, для катеров и яхт), какие то детали зависят от типа и объема двигателя, какие от от трансмиссии, какие то от потребляемого топлива, какие то от комплектации и многое-многое другое. При этом одна деталь может идти на несколько кузовов, а может на один, одна деталь может идти на несколько моделей, а может на одну, одна деталь может идти либо на дорестайлинг, либо на рестайлинг, либо на рестайлинг 2. Все это непредсказуемо, часто не всегда известно изначально, но **ОЧЕНЬ ВАЖНО** с точки зрения продажи.

Сложности с точки зрения собственно поиска нет, но есть непонимание у людей —

разработчиков как это каталогизировать и подбирать и управлять поиском.

Самое главное, с чего начинается Родина, это с покупки собственно запчастей, и тут сразу возникает коллапс, как их распределить, ведь мы покупаем новые детали (оригинал, неоригинал), бу (оригинал, неоригинал), штучно и в составе комплекта (т.е то, что будет разбираться — машинокомплект, судокompлект, комплект двигателя как голый, так и в сборе с навесным оборудованием). И эта привязка одна из самых существенных с точки зрения продажи деталей.

Очень ВАЖНО — ТИП ТОВАРА, это определяет собственно цену детали, и в первую очередь с точки зрения покупателя, он должен видеть что это.

Кроме того детали могут идти из разных источников и по разному учитываться на складе, и в зависимости от источника продавцы-менеджеры могут оперировать скидками или торговаться при продаже, или не могут. Для этого они должны видеть что продают, ЭТО ВАЖНО — ВИД ТОВАРА (страховой, выкупленный нами уже, товар на реализации, комиссионный товар, который продается по другим правилам, товар с нашего комплекта или наш товар, но с утерянной маркировкой с какого-то комплекта, он бу но бесхозный). Этот параметр ВАЖЕН только для ПРОДАВЦОВ и покупатель не должен его видеть. В торговле б/у товарами ТОРГ и СКИДКИ неотъемлемая часть продажи.

При первичном вводе се входящие детали разбиваются изначально вручную по каталогам (с выбором по существующим ветвям каталогов) по тем характеристикам которые нам известны первично на момент ввода -

Марка авто → модель авто → Товарная группа → Раздел каталога → Подраздел каталога → Собственно товар (его название) и описание и сопутствующие фотографии.

Но при этом мы по возможности изначально заполняем поля которые необходимы затем для каталога и поиска. Карты товара разбиты ПРИНЦИПИАЛЬНО на две группы:

1. **Товарная карточка ШДК:** Шины, Диски, Колеса (колесо это диск с установленной на нем шиной) — кроме необходимых нам признаков там самое главное как в вашем стандартном модуле - размер, производитель, характеристики
2. **Товарная карточка автозапчасти:** Другие автозапчасти

Это как в любом в шаблоне Шины, Диски, аксессуары и тд...

Шины, диски, колеса изначально вносятся в соответствующий раздел с заполнением все полей признаков как стандартных, так и наших указанных в товарной карточке ШДК. те. Необходима встроенная первичная разноска товаров по типоразмерам шин и дисков.

### **Основные пути покупателя по сайту и показ товара**

С точки зрения покупателя каталоги должны быть организованы или использованы для поиска детали следующим образом:

1. Марка авто → модель авто → Товарная группа → Раздел каталога → Подраздел каталога → Собственно товар (его название) и описание и сопутствующие фотографии
2. Товарная группа → Раздел каталога → Подраздел каталога → Марка авто → модель авто → Собственно товар (его название) и описание и сопутствующие фотографии
3. Производитель запчасти (это может быть как производитель авто (Марка авто), так и

другой производитель Bosch, ГУС, ГУС, AC Delco, Valeo, Siemens и тд.) те выбирается по занесенным в карту товара признакам → Модель авто → Раздел каталога → Подраздел каталога → Собственно товар (его название) и описание и сопутствующие фотографии

Исходя из этого, на главной странице должно быть представлено

1. Каталог - Выбор по товарным группам
2. Каталог - Выбор по маркам авто
3. Каталог - Выбор по производителю детали

*При этом ЕСЛИ ВОЗМОЖНО хотелось бы, чтобы те разделы каталога в которых нет заполненных искомым товаром позиций не высвечивались при движении по каталогу. Например если начинается движение по каталогу по производителю Bosch , чтобы подгружались те ветви каталога в которых есть товарные карточки с этим производителем.*

Подчеркиваю, производитель детали/запчасти и производитель авто — могут быть разные, но сортироваться в каталогах могут по имеющемуся признаку из карты товара. При этом производитель детали — поле необязательное, по детали он может быть определен, а может и не быть, если не сохранена первичная маркировка или она повреждена. Но если Производитель детали известен и указан, то деталь участвует в каталоге и по производителю детали.

Например : Генератор Delco 140A , Delco тут производитель генератора, но он устанавливается на Форд Фокус 2, Форд Фокус 3, Вольво с60 II, Тойота Авенсис T250. Значит при вводе в карту товара, мы вводим в поле товара производитель Delco и данный товар участвует в каталогах по производителю, но при этом он участвует и в каталогах по маркам и моделям на которых он устанавливается!!! Во всех ветвях каталога согласно полям, которые мы ввели в карту товара, там получается будет 4 обязательных красных поля, так как деталь подходит на 4 модели!!

Это все хорошо решено в любом решении, там куча квадратиков по маркам и производителям, и в них отображаться должны как производители авто, так и производители деталей устанавливаемых на авто (Ford, Bosch, Susuki, Volvo, Valeo и тд).

Все уже есть, почти...

Умный поиск по битриксу типа уже есть, поэтому если в окошко человек введет наименование детали или вдруг ее номер, неважно какой — то товар выскочит, если он введен нами и существует.

Далее, когда человек попал в подраздел каталога он видит кучу деталей с дополнительными признаками и может включить досортировку по остальным полям, например — рестайлинг и при этом выскакивают все детали помеченные этим словом или НЕПОМЕЧЕННЫЕ вообще. Но если деталь помечена как Рестайлинг 2 то она не выскакивает, или помечена как Дорестайлинг или Рестайлинг 1. Эта позиция требует дополнительных пояснений при работе, так как логика проста, но сходу непонятна.

То же самое применительно к другим полям товара.

**ЭТО ВАЖНЫЙ НЮАНС:**

**ЕСЛИ ДЕТАЛЬ ПОМЕЧЕНА ЧЕМ ТО КОНКРЕТНЫМ, ТО ОНА ВЫДАЕТСЯ С ЭТИМ ЗАПРОСОМ, ЕСЛИ НЕ ПОМЕЧЕНА. ТО ВЫДАЕТСЯ ПО ВСЕМ ЗАПРОСАМ КРОМЕ**

ПРОТИВОПОЛОЖНОГО ЕСЛИ НАХОДИТСЯ В ЭТОМ РАЗДЕЛЕ КАТАЛОГА.

Например:

Если деталь помечена как для типа двигателей бензин, то она однозначно не выдается в подборе каталога для необходимых деталей двигателя дизель. Но если деталь НЕ ПОМЕЧЕНА НИКАК то она выдается для всех других типов, значит она МОЖЕТ подходить!! Эта позиция требует дополнительных пояснений при работе, так как проста, но сходу непонятна.

То же самое для Видов кузова, объемов двигателя и трансмиссии!

Например для Шевроле Лачетти крыло подходит на седан и универсал и изначально будут проставлены галочки на эти типы кузовов, то эта деталь должна появляться при досортировке - седан или кузов, но не появляться при досортировке — хетчбек. А , скажем, дверь передняя левая идет на любой кузов, поэтому галочка при вводе не будет проставлена и это значит, что при досортировке по типу кузова дверь передняя левая выскакивает в результатах всегда.

Но если человек включил отбор по типу товара — бу оригинал или новый неоригинал то выдаются только эти товары которые помечены, другие не выдаются.

### Дополнительные важные нюансы

Все эти дополнительные признаки должны показываться в карточке товара на сайте, так же, как происходит в любом шаблоне.

Было бы классно, если бы можно (опционально) было создать ХАРАКТЕРИСТИКИ комплекта, например, мы купили Хонда Аккорд 9, дали маркировку НА-13123:

- цвет комплекта - желтый
- двигатель 2.0
- тип двигателя — бензин
- мощность — 155 лс
- тип трансмиссия - АКПП
- привод передний
- кузов седан
- тип двигателя — Z7

и все поля автоматически подставляются в карте любого товара если Выбираем комплект НА-13123.

Аналогично, куплен двигатель в сборе Ниссан X-Trail T30 2.0 л. присвоен номер ND-12. Все детали при разборке автоматом подходят к данному типу двигателя и трансмиссии.

- мощность 155 лс
- двигатель 2.0
- тип трансмиссии — акпп
- привод полный
- модель двигателя B45V4.

И при вводе карточек товара, например генератор ниссан х-трайл при выборе комплекта — ND-12 подставляются все поля заполненные при создании этого комплекта.

Это очень важно при покупке товара, и требует ввода вручную в карточку товара для каждой

позиции, но если можно выбрать автоматом и все будет подставляться, то мы облегчаем ввод карточки в несколько раз по времени и затратам, а также количеству возможных ошибок оператора обезьянного труда.

Кроме того, если при вводе первично была ошибка — например машина одна, а документы с другой машины и мы неверно ввели тип и объем двигателя, садимся — правим и в два клика эти данные меняются во всех картах товара. Или например, при поступлении машины неизвестна комплектация, а многие детали от нее зависят. По мере уточнения, садимся и вводим в характеристику комплекта например: без АБС, МКПП 6 ти ступка, R18и автоматом люди видят, что например проводка зависит от того, с АБС авто или нет, кулаки тоже, диски тормозные зависят от радиуса колес. А читая все характеристики снизу, можно сразу сделать хотя бы первичный вывод — подходит деталь или нет.

Затем, если выясняется совместимость деталей с другими моделями и марками, садимся, открываем карту товара и добавляем поля по совместимости, и деталь отражается в каталогах по другим маркам и моделям.

### Общие пожелания к шаблону

Разбито на 4 этапа работ по основоению сайта.

1. Шаблон сайта является адаптивным и кросбраузерным (видим структурировано и логично во всех браузерх на всех устройствах без искажения смысла и вида страниц)
2. Товар бу может быть куплен в комплекте или отдельно, если в комплекте то на него влияют общие характеристики комплекта. Товар описывается сам по себе, но к нему прилипаются карактеристики комплекта, например кузовные детали как правило идут в цвет комплекта, хотя и не всегда.(этап 2)
3. Товар бу может быть куплен поштучно, тогда он описывается сам по себе. При этом он может идти как на одну модель или вид кузова, тип двигателя, так и на несколько. И не всегда это может быть известно изначально., поэтому необходима возможность корректировки карты товара с корректировкой во всех связанных позициях. (этап 1)
4. Новый товар каталогизируется в штуках, их может быть несколько, например фара хонда аккорд 8 ксенон — 6 шт, но при этом она может быть рестайл или дорестайл, черная или хром и все надо внести (в учетах это называется — модификации применительно к новому товару, но б/у — это признаки в карте товара). (1 этап)
5. Товар б/у всегда идет в количестве 1 шт, либо с привязкой к комплекту, либо сам по себе (страховой, комиссионный, товар на реализации). Каждый товар б/у уникален и другого такого не будет. Их нельзя объединить количеством с одинаковыми характеристиками как новый коробочный товар. Каждое изделие характеризуется различным состояние, дефектами, цветом и тд.... то что мы описываем в поле **Описание товара**. (1 этап)
6. Принципиально для нас существуют два вида товара — ШДК (шины, диски, колеса) и автозапчасти. ШДК характеризуются стандартными общепринятыми параметрами размерности и нашими дополнительными характеристиками по карточке ШДК (1 этап).
7. В карте товара **красные поля** необходимы для ввода, так как именно по ним строятся основные каталоги, и по этим полям товары отбираются в основные каталоги. Без заполнения красных полей мы не можем заполнить карточку товара и ввести товар на сайт. (1 этап)
8. Все **желтые поля** участвуют в выборе дополнительно или зависимости от других параметров, они могут быть введены или могут отсутствовать, так как являются необходимыми для выбора и поиска по вторичным признаками. (1 этап)
9. Если клиент хочет, то может при необходимости нажать довыбор товара из найденного по **дополнительным полям** характеристик товара. ( 1 этап)

10. Отзывы о товаре и комментарии не нужны, у нас практически весь товар штучный, но если они вводятся и существуют то только через капчу. (1 этап)
11. Сравнения нужны, чтобы например сравнивать два б/у бампера с одной модели по состоянию и виду. (1 этап)
12. Нужна покупка с регистрацией клиента и его личным кабинетом и покупка в 1 клик. (1 этап)
13. Личный кабинет и скидки нужны. Нужна накопительная система скидок для профессиональных покупателей. При нахождении на сайте в личном кабинете должна находиться информация о логине покупателя на его страницах нахождения. Предполагается максимум 3 уровня покупателей. (2 этап)
14. Должна быть опция отключения скидки по товару с текстом - «извините, на данный товар скидки не распространяются» (2 этап)
15. Шаблон Сайта красный и серый цвет с логотипом, все на белом фоне (1 этап)
16. Просмотр товара списком с маленьким заглавным фото, или шахматкой 10-20 штук или все товары в нажатой ветке полностью. (форма представления выбранных товаров на странице). (1 этап)
17. Кросселинг необходим — Вместе с этим покупают — наборы и комплекты (2 этап)
18. Модули оплаты — сбербанк, альфа банк, электронные деньги, купивкредит Тинькофф (2 этап)
19. Желательно наличие возможности двухэтапной оплаты после подтверждения наличия на сайте менеджером. Все должно происходить в автоматическом режиме.(2 этап)
20. Нужен расчет доставки товара и расчет доставки товара транспортными компаниями, например ДЛ, ПЭК, КиТ и Почтой России. Для этого в карте товара вводятся первичные данные по размеру и весу. (2 этап)
21. Форма связи с карточки товара с сайта нужна , чтобы мы могли понять о чем и по какому товару вопрос. При этом обязательно должна быть указана почта покупателя, для того чтобы ответить на почту. Именно с карточки товара! (1 этап)
22. Таймер обратного отсчета акции и распродажи. (1 этап)
23. Страница публичной оферты (договор купли продажи) , перед совершением покупки покупатель должен поставить галочку с ознакомлен с ней и тем, что принимает условия договора оферты или купли продажи. Он должен нажать галочку перед тем, как оформить заказ и о своем согласии с публичной офертой. (1 этап)
24. Наложение водяного знака на фотографии на сайте (1 этап)
25. Возможность резервирования товара для оплаты или на срок путешествия клиента к нам но не более 6-х часов. Это время товар должен висеть с биркой — «поставлен в резерв», после оплаты списываться и перестать быть видимым, или возвращаться при отказе клиента. (3 этап)
26. Товар в количестве 0 шт и проданный товар на сайте не отображается. (1 этап)
27. Должна быть возможность возврата товара на сайт при отказе покупателя от его получения.( 1 этап)
28. Любые действия по заказу товара и вводу текста должны сопровождаться заполнением капчи. (1 этап)
29. Еще бы хотелось наличие аукционного модуля, чтобы в определенные дни выставлять какой товар на аукцион. Но участвовать в нем могут только зарегистрированные покупатели и внесшие определенный аванс до начала аукциона.(ЭТО МОЖНО РАССМАТРИВАТЬ КАК ДОПОЛНЕНИЕ В ПОСЛЕДУЮЩЕМ). (3 этап)
30. Хотелось бы наличие режима — товар отгружается после оплаты, который можно включить и соответственно должен быть контроль за оплатой, чтобы отгрузка не произошла без оплаты. (3 этап)
31. Возможность подключения проверки поставщика. (3 этап)

## Описание главной страницы

1. Главная страница содержит следующие блоки:
  - 1.1 Верхний блок — состоит из шапки сайта ( логотип, название магазина, контактные данные, время работы) надстройки с кнопками адресующими на раскрывающиеся страницы (о магазине, как купить, вопрос-ответ, доставка, оплата, договор купли продажи или договор оферта, контакты и карта) . Идет по всем страницам сайта.
  - 1.2 Блок каталога —вертикальный или горизонтальный - заглавные названия с раскрывающимся меню -ШДК, автозапчасти и тд и далее вниз по дереву
  - 1.3 Блок каталога по маркам и моделям авто (при нажатии на марку раскрывается перечень моделей этой марки, и после нажатия моделей клиент идет в товарную группу)
  - 1.4 Каталог по производителям деталей (не путать с марками и производителями авто)
  - 1.5 Блок новинки (несколько позиций)
  - 1.6 Блок товаров по акции или скидки (несколько позиций)
  - 1.7 Аукционный блок (перспективно)
  - 1.8 Подвал с картой сайта и общей информацией и счетчиками (идет по всем страницам)

О магазине	Как купить	Вопрос-ответ	Доставка	ит	Оплата	Договор оферта	контакты, карта
------------	------------	--------------	----------	----	--------	----------------	-----------------

Шапка сайта с контактами, адресом и логотипом (идет по всем страницам)

*Ссылки - ссылки*

Каталог горизонтальный 3\*\*

Каталог вертикальный 3\*\*

Каталог по маркам моделям авто 1\*\*

Каталог по производителям детали 2\*\*

Акции, скидки, промоакции

Новинка

Подвал сайта с общей информации, идет по всем страницам

Главная страница

FORD (Европа) FORD (Европа) WWW.ELCAT... Как сод... 1С-Битр... Главная | Буи... 1С-Битр... 1С-Битр... 1С-Битр... Каталог... 1С-Битр... Интерне... 1С-Битр... 1С-Битр... Битрон... Astar x Авто

Яндекс [www.atar.ua](http://www.atar.ua) 2336

Часто посещаемые Главная страница Ян... Сервисы Яндекса Начальная страница

**ASTAR.UA** Я ищу  09:00 - 19:00 09:00 - 16:00

Автозапчасти и аксессуары

- Запчасти для автомобилей производства СНГ
- Запчасти для иномарок
- Аккумуляторы
- Газобаллонное оборудование
- Материалы для ремонта шин
- Автоэлектроника
- Грузовые боксы
- Диски
- Инструменты
- Шины
- Масла и автохимия
- Аксессуары
- Акции и распродажи

## Запчасти для иномарок

Запасные части для иномарок в магазине ASTAR.UA  
У нас собственный склад на 60 тыс. товарных предложений, а также более 150-ти поставщиков оригинальных и неоригинальных запчастей. Все автозапчасти только у нас!!!

[ПОСМОТРЕТЬ](#)

Каталог по подбору запасных частей для популярных марок автомобилей

Запчасти AUDI	Запчасти HONDA	Запчасти MERCEDES	Запчасти RENAULT
Запчасти BMW	Запчасти HYUNDAI	Запчасти MITSUBISHI	Запчасти SKODA
Запчасти CHEVROLET	Запчасти KIA	Запчасти NISSAN	Запчасти TOYOTA
Запчасти CITROEN	Запчасти LEXUS	Запчасти OPEL	Запчасти VW
Запчасти FORD	Запчасти MAZDA	Запчасти PEUGEOT	<a href="#">Полный перечень</a>

[Отправить нам сообщение](#) jivosite

tires.aspro-demo.ru/catalog/

Вас обслужат квалифицированные специалисты, которые с удовольствием учтут все Ваши пожелания и требования, а также помогут определиться с выбором товара

*Handwritten notes:* VOLVO, FORD, Kаждому по маслу

### Шины

AMFEL	BRIDGESTONE	Continental	Cordiant	PIRELLI
YOKOHAMA				

### Диски

ALUCEC	AMERICAN RACING	ATS	Forsas	Walpax
KFZ	L.A.Connection	LS	NITRO	O.Z
RAPID	Replica	Raxond	TREBL	

### Аккумуляторы

Atlant	BOSCH	Centra	Panasonic	VARTA
--------	-------	--------	-----------	-------

*Handwritten notes:* VOLVO, FORD, Bosch, Delco, Kаждому по своей цене

[Отправить нам сообщение](#) jivosite

главная страница (1) Главная страница (1)

Все остальные файлы