

Załącznik nr 1

*Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia
Platforma sprzedaży internetowej Mactronic*

Spis treści

1. Cele projektu i ogólny zakres prac	3
2. Wymogi dotyczące serwisu oraz systemu CMS.....	4
3. Elementy składowe platformy.....	6
3.1. Strona firmowa i sklep hurtowy (B2B).....	6
3.2. sklep detaliczny (B2C)	7
4. Użytkownicy	7
5. Integracja z systemem Enova i automatyczna synchronizacja danych	7
6. Wystawianie plików XML.....	8
7. Płatności	8
7.1. Klient detaliczny	8
7.2. Klient hurtowy	8
8. Dostawy	8
8.1. Klient detaliczny (sklep detalicznych)	8
8.2. Klient biznesowy (dystrybutor).....	9
9. Integracje z zewnętrznymi serwisami i usługami	9
10. Katalog produktów i wyszukiwanie	9
10.1. Podział i filtrowanie.....	9
10.2. Statusy magazynowe.....	9
10.3. Kategorie i segmenty.....	9
10.4. Wyszukiwanie	10
10.5. Akcesoria	10
10.6. Ceny Dystrybutora	10
11. Zamawianie produktów i powiadomienia	10
11.1. Klient detaliczny	10
11.2. Klient biznesowy.....	11
12. Zwroty i reklamacje.....	11
12.1. Zwroty.....	11
12.2. Reklamacje	11
13. Różne funkcjonalności	11

1. Cele projektu i ogólny zakres prac

Przedmiotem zamówienia jest usługa wykonania platformy internetowej (model B2B i B2C) do prowadzenia sprzedaży internetowej składającej się z:

- Internetowego sklepu detalicznego (B2C)
- wizerunkowej strony firmowej
- sklepu hurtowego (B2B) (panel hurtowy B2B)

Dla wyżej wymienionych elementów opracowany zostanie również projekt graficzny.

Każdy z wymienionych elementów platformy posiadać będzie 3 wersje językowe (polską, angielską, niemiecką).

Sklep internetowy B2C będzie dostępny zarówno dla potencjalnych krajowych klientów, jak i zagranicznych.

Panel hurtowy B2B będzie dostępny jedynie dla obecnych klientów firmy, po zalogowaniu.

Platforma musi posiadać mechanizmy umożliwiające pobieranie i aktualizację danych na temat produktów ich specyfikacji, instrukcji, ich dostępności, cen. Funkcjonalność ta będzie dostępna dla Zamawiającego z dowolnego urządzenia.

Platforma pozwoli śledzić zdarzenia i generować dokumenty jakie zachodzą w procesie sprzedaży. Informacje będące przedmiotem wymiany będą aktualizowane i dostępne w czasie rzeczywistym. Generowanie danych np zamówień, dokumentów handlowych i płatności w ujednoliconym formacie będzie się odbywało w sposób automatyczny w momencie potwierdzenia przez klienta zamówienia na wybrane z oferty produkty.

Platforma będzie posiadała mechanizmy umożliwiające pobieranie i aktualizację danych na temat produktów ich specyfikacji, opisów, instrukcji, ich dostępności, cen.

Dodatkowo platforma pozwoli śledzić zdarzenia i generowane dokumenty jakie zachodzą w procesie sprzedaży pomiędzy Zamawiającym i klientami. Proces ten obejmować będzie: składanie zamówienia, potwierdzanie przyjęcia i realizacji zamówienia. Informacje będące przedmiotem wymiany będą aktualizowane i dostępne w czasie rzeczywistym, co pozwoli szybko reagować na pojawiające się zmiany w poszczególnych procesach.

System będzie składał się z następujących modułów:

A . Moduł oferty produktowej - zawierający w sposób usystematyzowany kluczowe informacje o produktach Wnioskodawcy tj :

- Indeks produktowy - jego nazwę, opis, specyfikację parametrów np wagę, gabaryt, cenę oraz dostępną ilość lub termin realizacji dostawy
- możliwości filtrowania i wyszukiwania produktów i indeksów.
- prezentację graficzną - rysunków technicznych, zdjęć, instrukcji itp.

B. Moduł rejestracji zamówienia - klient będzie mógł wybierać produkty do wirtualnego zamówienia, w którym będzie na bieżąco mógł śledzić wartość poszczególnej pozycji a także wartość całego zamówienia - powiększoną o proponowane warianty płatności oraz sposoby dostawy uzależnione gabarytami i wagą poszczególnych elementów.

Ponadto w zależności od wybranego sposobu dostawy - w oparciu o integrację platformy i wymianę danych z firmami kurierskimi - klient otrzyma wyszczególniony i wyliczony koszt transportu towarów zawartych w zamówieniu.

C. Moduł realizacji zamówień - w której klient będzie miał wgląd do statusów zamówień oraz możliwość dokonania zmian edycji w momencie oczekiwania na potwierdzenie przez Wnioskodawcę.

D. Moduł płatności - w momencie składania i potwierdzania zamówienia klient otrzyma możliwość automatycznej płatności w oparciu o integrację z portalami płatniczymi banków w którym automatycznie wystawiony i uzupełniony zostanie formularz płatności na podstawie zamówienia. Moduł ten dodatkowo umożliwił będzie - wgląd do elektronicznych faktur konsumenckich-wygenerowanych do zamówień klientów.

E. Moduł reklamacji - umożliwiający na podstawie dokumentów sprzedażowych - zarejestrowanie reklamacji do zakupionego przez klienta towaru, określenia przyczyny reklamacji i zadania reklamującego - w kolejnym kroku do rozpatrzenia przez Sprzedającego .

F. API - platforma zostanie wzbogacona o interfejsy programistyczne wymiany danych z innymi aplikacjami umożliwiające np. pobranie oferty produktowej, wygenerowanie i przesłanie zamówienia, aktualizacje statusów realizacji.

System będzie umożliwiał również weryfikacje złożonych i jeszcze niezrealizowanych zamówień, możliwość dokonywania zmian.

Wdrożona aplikacja powinna automatyzować:

- obieg dokumentów sprzedażowych
- proces wyceny kosztu przesyłki kurierskiej
- płatność online
- proces sprzedaży
- integrację z partnerami takimi jak Google, Amazon

System dzięki integracji z partnerami automatycznie będzie przysyłał do nich zaktualizowaną ofertę.

2. Wymogi dotyczące serwisu oraz systemu CMS

Serwis musi zawierać informacje dotyczące polityki prywatności zgodnie ze wzorem określonym w załączniku – Polityka Prywatności-Wzór.

Serwis musi zapewniać pozyskanie zgody na przetwarzanie danych osobowych od osób tworzących profil dostępowy do niego. Utworzenie profilu logowania się dla użytkownika nie może nastąpić bez uzyskania zgody na przetwarzanie jego danych osobowych.

System musi być wyposażony w panel administracyjny dostępny dla administratorów i redaktorów serwisu, zawierający wszystkie funkcje administracyjne i redakcyjne systemu.

Administrator merytoryczny musi posiadać pełne uprawnienia do wszelkich kategorii administracyjnych w serwisie, w tym m.in. do:

- zarządzania kontami użytkowników systemu, w tym: dodawaniem, usuwaniem, modyfikacją, nadawaniem uprawnień do określonych czynności w serwisie jak tworzenie treści, edycja, usuwanie, publikowanie,
- zarządzania profilami uprawnień,

System musi posiadać moduł autoryzacji użytkowników przy pomocy loginu i hasła oraz na tej podstawie identyfikować oraz określać zakres uprawnień użytkownika.

Dostęp do profili administracyjnych oraz logowania dla użytkowników, musi zapewniać:

- indywidualnie zdefiniowanie loginu i hasła dla użytkownika,
- przechowywanie haseł dostępowych w sposób uniemożliwiający ich przedstawienie w formie jawnego tekstu,
- hasło dostępowe musi składać się z co najmniej 8 znaków oraz zawierać duże i małe litery, cyfry i znaki specjalne,

- system musi weryfikować złożoność hasła,

Serwis i system CMS muszą poprawnie realizować założone funkcjonalności co najmniej w następujących przeglądarkach: Firefox 28.x i wyższe, Chrome 34.x i wyższe, MS Internet Explorer 11.x i wyższe, Opera 20.x i wyższe, Safari 7.x i wyższe oraz WebKit Mobile 7.x i wyższe, Chrome Mobile 34.x i wyższe, OperaMini 7.x i wyższe, IEMobile 10.x i wyższe oraz dla trzech wcześniejszych wersji przeglądarek. Jeśli wykorzystywany będzie kod JavaScript, on także musi prawidłowo działać w wymienionych wyżej przeglądarkach.

System musi umożliwiać wykorzystanie zewnętrznych narzędzi do tworzenia statystyk, np. Google Analytics.

Strona internetowa jest responsywna - dostosowuje się do rozdzielczości urządzenia na jakim jest oglądana (telefon komórkowy, tablet, PC).

Projekty graficzne muszą uwzględniać wymagania stawiane wersjom dedykowanym dla telefonów komórkowych i tabletów.

Zgodnie z zasadami RWD (ang. Responsive Web Design), wygląd graficzny strony internetowej powinien zmieniać swój stan po przekroczeniu pewnych punktów granicznych (breakpoints) w szerokości obszaru przeglądarki, w którym wyświetlana jest strona internetowa.

Serwis powinien zostać zaprojektowany przy użyciu punktów granicznych:

- DESKTOP: 1024px (szerokość wyjściowa)
- TABLET: 768px
- MOBILE: 320px

Platforma wyposażona zostanie w system do zarządzania treścią - CMS (Content Management System - System Zarządzania Treścią):

1. System CMS i dokumentacja (instrukcja obsługi) wykonane są w języku polskim.
2. CMS realizuje swoje zadania przy użyciu przyjaznego i łatwego w obsłudze interfejsu.
3. Umożliwia dowolne ustawianie kolejności elementów w strukturze serwisu i w treści artykułu.
4. Posiada mechanizm umożliwiający załadowanie plików graficznych (zdjęć) w dużej rozdzielczości (do pobrania) wraz z systemem ich prezentacji na stronie artykułowej.
5. CMS jest przystosowany do obsługi nieograniczonej ilości nazwanych użytkowników, czyli odrębnych kont w systemie.
6. Narzędzia administracyjne (w tym CMS) umożliwiają dalszą rozbudowę serwisu po zakończeniu prac nad wdrożeniem.
7. Zmiany na stronie są widoczne natychmiast po zapisaniu.
8. Posiada funkcję udostępnienia podglądu zdjęć oraz edytowanych stron przed ich opublikowaniem.
9. Moduł edycyjny umożliwia:
 - dodawanie, zmianę lub usuwanie elementów treści strony;
 - dodawanie plików i obiektów z prezentacjami przygotowanymi z wykorzystaniem technologii Flash;
 - dodawanie oraz prezentacja zdjęć i plików multimedialnych;
 - dodawanie treści z serwisu Youtube;
 - pogrubienie, pochylenie i podkreślenie tekstu;
 - wyśrodkowanie, wyjustowanie, dociągnięcie do lewej lub prawej strony;

- wklejenie tekstu z plików tekstowych, Worda, Excela, OpenOffice;
 - wklejenie tekstu bez formatowania;
 - skorzystanie z dostępnych stylów zastosowanych w serwisie;
 - stworzenie listy numerowanej i punktowanej;
 - cofnięcie ostatnich operacji;
 - wstawienie, edycję i usunięcie hiperłącza, linków wewnątrz dokumentu (anchor);
 - wstawienie grafiki, możliwość ustawienia jej względem tekstu (oblanie itd.);
 - wstawienie linii poziomej;
 - edycji w źródle dokumentu;
 - podłączenie galerii zdjęć;
 - wstawianie niestandardowych znaków np. §;
 - włączanie/wyłączanie wyświetlania niedrukowalnych elementów np. paragrafów, twardej spacji;
 - wstawianie tzw. „twardej spacji” - stosowanej w edytorze Word/OpenOffice;
 - usunięcie formatowania z zaznaczonej części lub całości dokumentu;
 - wstawianie czystego kodu HTML;
 - System CMS umożliwia administratorom tworzenie kont użytkowników oraz nadawanie im uprawnień do poziomu konkretnych działów.
10. Posiada opcję samodzielnego tworzenia działów i struktury serwisu oraz zmiany kolejności wyświetlania działów w menu. Istnieje możliwość ukrycia działu tak, żeby istniał w strukturze, ale nie był widoczny na stronie.
 11. System udostępnia dane statystyczne związane z oglądalnością serwisu.
 12. Publikuje treści o zadanej wcześniej dacie.
 13. Zapewnienia maksymalne bezpieczeństwo przed niepowołanym dostępem z zewnątrz.
 14. Posiada możliwość dodania jako plik do pobrania dokumentów w formatach: .gif, jpg, png, tif, bmp, zip, rar, exe, mov, mpg, mpeg, avi, mp3, mp2, wma, wmv, doc, xls, ppt, pdf, docx, xlsx, pptx, rtf, txt.
 15. Posiada możliwość samodzielnej wymiany banerów.
 16. Posiada możliwość administrowania serwisem zawierającym treści w dowolnym języku obcym.
 17. Posiada funkcjonalność umożliwiającą samodzielne definiowanie zawartości strony startowej poprzez zmianę umiejscowienia modułów oraz elementów zawartych w strukturze serwisu. Zawartość strony głównej konfiguruje się z poziomu panelu CMS.
 18. Posiada zabezpieczenie antyspamowe do.
 19. Posiada funkcjonalność "Addtoany", dzięki której użytkownicy mogą dzielić się treścią przeczytaną na stronie za pośrednictwem popularnych portali społecznościowych.

3. Elementy składowe platformy

3.1. Strona firmowa i sklep hurtowy (B2B)

Jest to korporacyjny serwis internetowy wraz z hurtową sprzedażą wszystkich produktów;

Zawiera ona informacje wizerunkowe i sprzedażowe, w tym kategorie typowe dla firmowego serwisu internetowego, tzn: o firmie, historia, marki, pracownicy, zaproszenie do założenia konta klienta; (bez produktów).

Strona korporacyjna widoczna jest dla każdego użytkownika serwisu. Strona ta nie zawiera katalogu produktów, a jedynie opis marek i grup produktowych wchodzących w skład portfolio.

Baza produktów wraz z panelem hurtowym dostępna jest wyłącznie po zalogowaniu i zawiera pełny asortyment 3 marek (mactronic, falcon eye, streamlight);

Dodatkowo strona zawiera:

- formularz kontaktowy pozwalający zebrać podstawowe dane (mail, kontakt, zainteresowania) i zgodę na przesyłanie informacji
- zawiera zaproszenie do zalogowania się lub rejestracji w celu założenia konta firmowego (hurtowego).

3.2. sklep detaliczny (B2C)

Sklep B2C zawiera wyłącznie produkty marki Mactronic i jest wiodącym sklepem zarówno pod kątem funkcjonalności jak i wizerunkowym.

Sklep ten dedykowany jest dla klientów detalicznych - osoby fizyczne i firmy;

4. Użytkownicy

Docelowi użytkownicy platformy internetowej to:

- Klienci, z podziałem na
 - klienci w sklepie detalicznym zakładają konta w standardowy sposób dla typowego sklepu internetowego (możliwość zakupów bez rejestracji);
 - klient hurtowy (dystrybutor) – obecny klient firmy Mactronic z statusem: aktywny lub nieaktywny.
- Administratorzy platformy
- Przedstawiciele handlowi Mactronic

5. Integracja z systemem Enova i automatyczna synchronizacja danych

Platforma będzie integrowana z innymi systemami oraz zasilana zewnętrznymi danymi zgodnie z poniższymi wytycznymi

- Początkowy import asortymentu - z kilku źródeł:
 - System transakcyjny ENOVA
 - CSV - dostarczony przez Zamawiającego (przygotowany zgodnie z wymaganiami Wykonawcy) (**jednorazowy import**)
 - Folder ze zdjęciami - nazwa zdjęcia musi zawierać kod produktu oraz numer fotografii; fotografia nr 1 reprezentuje produkt (**jednorazowy import**)
- Cykliczna i automatyczna wymiana danych:
 - Z Enova do sklepu:
 - Produkty:

- Kontrahenci:
 - Zamówienia:
- Ze sklepu do Enova
 - Zamówienia
 - nowo założone konta klientów (w pełni złożone konta w sklepie do weryfikacji w enova i aktywacji)

6. Wystawianie plików XML

Platforma powinna mieć możliwość tworzenia i wystawiania plików XML z dowolnie wybranym asortymentem przez administratora dla dystrybutorów/odbiorców zgodnie z poniższymi wytycznymi:

- Każdy klient hurtowy ma poprzez XML pełny asortyment, który może kupić w sklepie.
- Format i struktura danych we wszystkich plikach XML będą takie same. Różnić się będą jedynie zawartością i ilością danych.

7. Płatności

Platforma powinna – w zależności od wybranej waluty transakcji – proponować wybrane, zdefiniowane wcześniej formy płatności w zależności od typu klienta

7.1. Klient detaliczny

- PayU
- Przelewy24
- Przelew tradycyjny
- pobranie

7.2. Klient hurtowy

- dane zczytywane z systemu Enova - pole charakteryzujące warunki handlowe - takie jak np. termin płatności
- dane zczytywane z systemu Enova - pole charakteryzujące wartość limitu kupieckiego

8. Dostawy

System będzie umożliwiał wybór różnych opcji dostawy w ramach zdefiniowanych rodzajów dostaw dla poszczególnych grup klientów

8.1. Klient detaliczny (sklep detalicznych)

Możliwość definiowania różnych opcji dostaw w zależności od formy płatności, kraju, wagi.

- Np. kurier DPD lub paczkomat/inpost

- System transakcyjny Enova zintegrowany jest z firmami kurierskimi DPD, Schenker i Inpost, więc podczas synchronizacji przekazuje do sklepu nadany numer listu przewozowego i status przesyłki

8.2. Klient biznesowy (dystrybutor)

- nie wybiera formy dostawy, którą ma zdefiniowaną z góry
- może wybrać adres docelowy, jeśli ma więcej niż jeden
- numer listu przewozowego nadawany jest w systemie ENOVA
- jeśli klient ma kilka lokalizacji to wskazuje, do której lokalizacji należy wysłać zamówienie

9. Integracje z zewnętrznymi serwisami i usługami

Sklep B2C powinien zostać zintegrowany z n/w zewnętrznymi serwisami

- Baselinker
- Amazon Marketplace

10. Katalog produktów i wyszukiwanie

W ramach sklepu B2C i panelu hurtowego B2B powinien zostać wdrożony rozbudowany katalog produktów, z uwzględnieniem poniższych funkcjonalności.

10.1. Podział i filtrowanie

- Podstawowy podział to kategorie rodzajowe, czyli grupy asortymentowe produktów (odpowiednik „GRUPA / SEGMENT” w drzewie kategorii)
- Dodatkowe filtrowanie na każdym poziomie kategorii to:
 - linie produktowe
 - przeznaczenie, zastosowanie (np. survival, przemysł, straż pożarna)
 - parametry techniczne (np. latarki pow. 1000 lm)

10.2. Statusy magazynowe

- Możliwość ustawienia ręcznego dostępności produktu, nawet jeśli stan magazynowy jest dodatni.
- Możliwość definiowania przedziałów ilościowych i przypisania do nich produktów i określenia, przy jakim poziomie stanu magazynowego dany produkt staje się niedostępny; przykład: grupa A = 3, grupa B = 5; wówczas każdy produkt w grupie A staje się niedostępny, gdy jego stan magazynowy osiągnie nie mniej niż 3 szt, natomiast każdy produkt przypisany do grupy B staje się niedostępny, gdy jego stan osiągnie nie mniej niż 5 szt.

10.3. Kategorie i segmenty

W sklepie B2C produkty prezentowane są w następujących wymiarach

- Kategorie
- Linie produktowe

- Zastosowanie:

10.4. Wyszukiwanie

Zarówno sklep B2C jaki i panel hurtowy B2B posiadają wyszukiwarkę produktów

- wyszukiwarka tekstowa, tzn. na podstawie wpisanego słowa (nazwa, kod produktu, marka).
- wyszukiwanie zaawansowane po zdefiniowanych kryteriach wyszukiwania

10.5. Akcesoria

System umożliwi tworzenie powiązań pomiędzy produktami. Produkty mają dedykowane akcesoria (np. latarki mają odpowiednie baterie czy nakładki sygnalizacyjne, które to będą w akcesoriach), które powinny być powiązane z produktami.

10.6. Ceny Dystrybutora

Prezentacja cen w panelu hurtowym B2B uzależniona jest od grupy do której przynależy klient

- Dystrybutor widzi ceny po rabacie oraz rekomendowane ceny detaliczne brutto
- Widzą ceny netto i brutto (swoje) (istotne, bo instytucje kupują w brutto)

11. Zamawianie produktów i powiadomienia

Klient będzie mógł wybierać produkty do koszyka, w którym będzie na bieżąco mógł śledzić wartość poszczególnej pozycji a także wartość całego zamówienia - powiększoną o proponowane warianty płatności oraz sposoby.

Jeśli klient chce zamówić więcej niż dostępny stan magazynowy, to otrzyma komunikat, że brak wymaganej ilości. Wówczas może zamówić tyle, ile jest na stanie magazynowym, albo złożyć zamówienie na potrzebną ilość i oczekiwać na powiadomienie o dostępności (automatyczne powiadomienie).

11.1. Klient detaliczny

- Stany magazynowe widzi jako "jest" albo "nie ma" (bez wskazywania konkretnych wartości).
- Klient może wybrać walutę - PLN, EUR, USD - niezależnie od wybranej wersji językowej.
- Konieczna jest możliwość ustawienia produktu jako niedostępny, nawet jeśli stan magazynowy jest dodatni; potrzebne są różne grupy poziomów ilościowych z możliwością przypisania do nich produktów, czyli określenie, przy jakim poziomie stanu magazynowego dany produkt staje się niedostępny; przykład: grupa A = 3, grupa B = 5; wówczas każdy produkt w grupie A staje się niedostępny, gdy jego stan magazynowy osiągnie nie mniej niż 3 szt, natomiast każdy produkt przypisany do grupy B staje się niedostępny, gdy jego stan osiągnie nie mniej niż 5 szt.

11.2. Klient biznesowy

- Waluta wybierana jest automatycznie na podstawie informacji importowanej z Enova. W Enova jest zaznaczone w jakiej walucie dany Klient widzi ceny – obowiązują 2 cenniki walutowe EUR i USD dla Klientów zagranicznych;
- W karcie produktu widać dostępność produktu, tzn. nie można dodać do koszyka produktów niedostępnych - podczas próby dodania takiego produktu do koszyka, sugerowane zapisanie się do powiadomienia wysyłanego, gdy produkt będzie ponownie dostępny;
- Po uzupełnieniu stanów magazynowych, klienci posiadający zamówienia oczekujące, otrzymują powiadomienia, że produkt jest już dostępny i mogą złożyć zamówienie.
- Konieczna jest możliwość ustawienia produktu jako niedostępny, nawet jeśli stan magazynowy jest dodatni; potrzebne są różne grupy poziomów ilościowych z możliwością przypisania do nich produktów, czyli określenie, przy jakim poziomie stanu magazynowego dany produkt staje się niedostępny; przykład: grupa A = 3, grupa B = 5; wówczas każdy produkt w grupie A staje się niedostępny, gdy jego stan magazynowy osiągnie nie mniej niż 3 szt, natomiast każdy produkt przypisany do grupy B staje się niedostępny, gdy jego stan osiągnie nie mniej niż 5 szt.

12. Zwroty i reklamacje

12.1. Zwroty

Proces zwrotów produktów uzależniony jest od kategorii klienta:

- Zwrot B2C dla klienta detalicznego odbywa się poprzez zdefiniowaną procedurę zwrotu powiązaną z zamówieniem na bazie formularzy uzupełnianych w poszczególnych krokach
- klient biznesowy nie ma możliwości zwracania i dostępu do modułu zwrotów

12.2. Reklamacje

Proces reklamacyjny realizowany będzie poprzez:

- formularz reklamacyjny (kontaktowego) na podstronie reklamacji i kontaktu
- możliwość wypełnienia formularza reklamacyjnego bezpośrednio na stronie i generowanie dokumentu po wypełnieniu formularza

13. Różne funkcjonalności

- Porównywarka produktów - B2C
- Schowek/przechowalnia, czyli zapisywanie produktów na później - B2C
- Finalizacja zamówienia na jednej stronie (One Page Checkout) - B2C
- Skonfigurowanie Google Analytics i zdefiniowanie celów - B2B i B2C
- Socialmediowe bookmarklets przy ofertach B2C oraz w stopkach B2C
- Zakładanie konta przy pomocy kont społecznościowych (google, facebook...) - B2C
- Udostępnianie materiałów marketingowych klientom biznesowym - zdjęcia, karty produktowe, materiały video - B2B

- Znak wodny na każdej fotografii, nawet największym formacie, adekwatnie do marki - B2C i B2B