



euuropejskie
centrum
solidarności

Załącznik nr 5
do Regulaminu Konkursu ofert
na najem pomieszczenia przeznaczanego na Sklep Muzealny
w budynku Europejskiego Centrum Solidarności w Gdańsku
wraz ze sprzedażą internetową.

Wytyczne dotyczące sklepu internetowego

Oferent będzie zobowiązany do stworzenia witryny internetowej prezentującej szczegółowe informacje na temat wszystkich artykułów dostępnych w sklepie oraz umożliwiającej ich zakup.

I. Informacje ogólne

1. Sklep Muzealny będzie zakładką głównej strony internetowej ECS.
2. Oferent zobowiązany będzie do stałej współpracy z Wydziałem Strategii i Komunikacji ECS odpowiadającym za stronę główną, fan page ECS na Facebooku oraz profile ECS na innych portalach społecznościowych.
3. Strona sklepu musi być maksymalnie elastyczna jeśli chodzi o elementy graficzne i układ strony. Wygląd strony i layouty będą ulegały zmianom.
4. Przechowywane dane klientów oraz inne dane wrażliwe, muszą spełniać wymogi Głównego Inspektoratu Ochrony Danych Osobowych.
5. Najemca zapewni możliwość skopiowania danych (dane klientów wraz ze zgodą na przetwarzanie danych osobowych) do bazy danych ECS, po zakończeniu umowy najmu, w postaci arkusza programu Microsoft Excel.
6. Strony produktów prezentowanych w sklepie muszą być linkowalne z innymi częściami portalu.

II. Technologie, hosting

1. Sklep internetowy powinien zostać wykonany w technologii PHP, HTML + CSS, w szczególności pozbawiony elementów realizowanych w technologii Adobe Flash
2. Strona musi zostać umieszczona na serwerze hostingowym o dostępności (up-time) przynajmniej 99.9%, wspierającym bazy danych oraz zapewniającym przynajmniej 100GB powierzchni dyskowej oraz automatyczne kopie zapasowe.
3. Logowanie klientów do sklepu powinno odbywać się przy pomocy połączenia gwarantującego bezpieczeństwo prowadzonej transakcji, w szczególności ochronę przed



euuropejskie
centrum
solidarności

kradzieżą tożsamości, przechwyceniem danych wrażliwych klienta i sklepu (nazwy użytkownika, hasła dostępu, dane kart bankowych, hasła dostępu do kont bankowych itp.)

III. Płatności on-line

1. System płatności musi pozwalać na wykonywanie e-przelewów ze wszystkich polskich banków, dodatkowo umożliwiać płatzenia kartą bankową.

IV. Języki

1. Strona sklepu musi posiadać odpowiadającą polskiej wersję angielską w momencie rozpoczęcia oferowania usług oraz niemiecką w terminie 90 dni od poinformowania przez ECS o konieczności jej uruchomienia (termin zależny od podjęcia decyzji o uruchomieniu niemieckojęzycznej wersji serwisu www.ecs.gda.pl).
2. Wszelkie treści powinny pojawiać się na wszystkich wersjach językowych sklepu równocześnie. Dla wydawnictw (książek, filmów etc.) w języku polskim powinny powstać ich skrócone opisy w językach obcych przedstawiające ich ogólną tematykę, zawartość itp.

V. Dostępność

1. Sklep internetowy musi zostać wykonany w wersji przyjaznej urządzeniom przenośnym typu tablet i smartfon. Wersja taka powinna być przystosowana do ekranów o niższej rozdzielczości oraz pozbawiona animowanych elementów (w szczególności animacji). Ważne, aby strona „lekka” była przystosowana do przeglądania sklepu w najpopularniejszych urządzeniach, a więc opartych o systemy Android, iOS (iPad) oraz Windows Mobile.
2. Strona sklepu musi być zgodna ze wszystkimi wytycznymi WCAG 2.0 na poziomie AA. Narzędzia do obsługi serwisu muszą spełniać zalecenia ATAG i muszą być w pełni dostępne dla użytkowników niepełnosprawnych. Edytor treści musi zawierać możliwość tworzenia semantycznych elementów HTML, m.in. takich jak nagłówki czy listy wypunktowane.

VI. Strona główna sklepu internetowego

Oprawa graficzna sklepu powinna zostać ograniczona do niezbędnego minimum, aby nie odciągać uwagi od oferowanych artykułów. Same artykuły powinny zostać sfotografowane w miarę możliwości na jednolitym tle (najlepiej białym). Proponujemy, aby strona główna sklepu składała się z następujących elementów:



Europejskie
centrum
solidarności

- a) w centralnej części miniatury zdjęć 10 produktów (w dwóch kolumnach); na pierwszej stronie nie powinno znajdować się zbyt wiele informacji, dlatego ważne jest, by przy każdym artykule widniała co najwyżej jego nazwa; bardziej dokładne informacje, takie jak cena, opis powinny znaleźć się dopiero na podstronie artykułu (po kliknięciu w jego miniaturę),
- b) w bocznej szpalcie miniaturki kategorii produktów dostępnych w sklepie wraz z nazwami (np. Książki, Muzyka, Reprodukcje),
- c) nagłówek strony może nawiązywać do aktualnej ekspozycji Muzeum; powinien zawierać okienko logowania oraz link do formularza pozwalającego nowemu klientowi na stworzenie konta,
- d) stopka strony może zawierać odnośniki do wszystkich dodatkowych podstron sklepu takich jak „Kontakt”, czy „Regulamin”.

Dostęp do panelu klienta na stronie sklepu jest możliwy dopiero po zalogowaniu. Klient, który nie posiada jeszcze konta może je w każdej chwili założyć korzystając z formularza dostępnego online. Bardzo ważne jest, aby system był wyposażony w funkcję wysyłania e-maili, dzięki której możliwe będzie potwierdzenie adresu e-mail (który zazwyczaj służy także jako login) lub ewentualnie zresetowanie zapomnianego hasła do sklepu. Po zalogowaniu, klient ma możliwość przejrzania historii swoich zakupów, edycji swoich danych, dodawania artykułów „do koszyka” oraz finalizowania zamówienia przy jednoczesnym wyborze sposobu wysyłki oraz płatności.