# შესავალი

**Tegeta Motors** არის ერთ-ერთი უმსხვილესი საავტომობილო კომპანია ამიერკავკასიასა და ცენტრალური აზიის რეგიონში.

**თეგეტა მოტორსი** მომხმარებელს სთავაზობს საავტომობილო ეკოსისტემის სრულ სპექტრს: ავტონაწილების და აქსესუარების გაყიდვა, ავტოსერვისი და ციფრული სერვისები.

**რატომ ვიწყებთ ახალი პლატფორმის შექმნას?**

**Tegeta Motors** იყო ერთ-ერთი პირველი კომპანია საქართველოში, რომელმაც საავტომობილო სფეროში ელექტრონული კომერცია დანერგა. არსებული პლატფორმა წლების განმავლობაში წარმატებით ფუნქციონირებდა, თუმცა თანამედროვე მოთხოვნებიდან და მომხმარებლის მოლოდინებიდან გამომდინარე, აუცილებელია:

* **თანამედროვე, სწრაფი და მოქნილი E-commerce პლატფორმა**
* **მომხმარებლის გამოცდილების გაუმჯობესება (UX/UI)**
* **ERP/Core სისტემებთან გამართული ინტეგრაცია**
* **უსაფრთხოების მაღალი სტანდარტები**

# პროექტის მიზანი

* მომხმარებლისთვის თანამედროვე, სწრაფი და მარტივად გამოსაყენებელი E-commerce პლატფორმის შექმნა
* პროცესების ავტომატიზაცია და ეფექტიანობის ზრდა
* ინფორმაციის დაცულობა და საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამისობა

# წარმადობის მოთხოვნები

1. **სწრაფი რენდერინგი მთავარ გვერდზე და კატეგორიებზე**:
	* **First Contentful Paint (FCP)** – არაუმეტეს **1.8 წამი**
	* **Largest Contentful Paint (LCP)** – არაუმეტეს **2.5 წამი**
	* **Time to Interactive (TTI)** – არაუმეტეს **3.8 წამი**
2. **SEO ოპტიმიზაცია:**
	* ვებგვერდი უნდა აკმაყოფილებდეს SEO-ს სტანდარტებს SEO ექსპერტის რეკომენდაციის მიხედვით
3. **Rate Limiting & Throttling**
	* მომხმარებლის მიერ გადაჭარბებული მოთხოვნებისგან დაცვა (e.g. IP-based limits)
4. **Caching**
	* Response caching (client-side & server-side headers)
	* Redis/MemoryCache integration - რესურსების გასაუმჯობესებლად
5. **Structured Logging & Monitoring**
	* Log4Net / Serilog / NLog ინტეგრაცია
	* თითოეული request-ის trace-id, user-id
	* Elasticsearch + Kibana (ELK stack) ან Application Insights
6. **Security Best Practices** (გარდა ავტორიზაციისა)
7. **Scalability Features**
	* ჰორიზონტალური და ვერტიკალური მასშტაბირება:

პლატფორმა უნდა იყოს მზად ტრეფიკის ზრდისა და დატვირთვის პიკის დროს რესურსების დინამიკური გაზრდისთვის.

# ტექნოლოგიური მოთხოვნები

პროექტი სასურველია განხორციელდეს განსაზღვრული stack-ით:

* **Frontend:** React (მობილურ-მეგობრული, თანამედროვე UX/UI სტანდარტებით)
* **Backend:** .NET / PHP (REST API არქიტექტურა, უსაფრთხო და მასშტაბირებადი)
* შესაძლებელია განხილული იყოს მზა E-Commerce პლატფორმის ადაპტაცია

# ზოგადი არქიტექტურული ხედვა

სასურველია გამოყენებული იქნას შემდეგი გადაწყვეტილებები:

* **მოდულური ან მიკროსერვისული არქიტექტურა**, რომელიც უზრუნველყოფს მოქნილობას და მასშტაბირებას
* **Database:** MS SQL, MySQL ან PostgreSQL
* **Caching Layer:** Redis/Memcached
* **Search:** ElasticSearch
* **Integrations:** ERP (SAP) /Core სისტემა, გადახდების გეითვეები, ლოიალობის სისტემა
* **Security:** OWASP Top 10, PCI DSS, GDPR შესაბამისობა
* **Performance:** Load Balancing, Horizontal Scaling

# **Header (ზედა პანელი)**

**1. Header (ზედა პანელი)**

**მიზანი:** სწრაფი ნავიგაცია, ძიება და მომხმარებლის ძირითადი ფუნქციებზე წვდომა.

**Header-ის ელემენტები**

* **ლოგო (Tegeta Motors)**
	+ მთავარი გვერდზე გადაყვანა
* **ძებნის ველი (Search Bar)**
	+ ძიების მეთოდები:
		- საკვანძო სიტყვით (Keyword)
		- პროდუქტის კოდით
		- VIN კოდით
		- სახელმწიფო ნომრით
	+ **ავტომატური შემოთავაზებები (Autocomplete):**
		- შედეგები დაჯგუფებულია პრიორიტეტით:
		**კატეგორია → ქვეკატეგორია → პროდუქტი**
* **კალათა (Cart)**
	+ ინდიკატორი დამატებული პროდუქტების რაოდენობით
	+ Hover-ზე დაჭერით გამოვა პროდქუცია, იქვე რაოდენობის შეცვლის შესაძლებლობით
* **ფავორიტები (Wishlist)**
	+ სასურველი პროდუქტების სია, სწრაფი წვდომით
	+ Hover-ზე დაჭერით გამოვა პროდქუცია, იქვე რაოდენობის შეცვლის შესაძლებლობით
* **პროფილი (Profile)**
	+ არაავტორიზირებული მომხმარებლისთვის: ავტორიზაცია/რეგისტრაცია
	+ ავტორიზირებულისთვის:
		- სახელი, გვარი, დაგროვილი ქულები
		- მენიუ: ჩემი მანქანები, შეკვეთები, ისტორია, ფავორიტები, გამოსვლა
* **მთავარი კატეგორიების მენიუ (Icon Navigation)**
	+ 8 ძირითადი კატეგორია აიქონებით
	+ **კონფიგურირებადი ხილვადობა და რიგითობა სამართავი პანელიდან**

#  Home Page (მთავარი გვერდი)

**მიზანი:** პროდუქტის სწრაფი მოძიება, შეთავაზებების ჩვენება, მარტივი UX.

**1: ნაწილების ძებნის ბლოკი**

* მარკა → მოდელი → წელი Dropdown-ებით
* VIN კოდით ან სახელმწიფო ნომრით ძებნა
* Checkbox: „ჩემი მანქანის დამახსოვრება“
* ძიების ისტორია (ბოლო 6–8 ძიება)
* ძიების დაწყება Enter ან ღილაკით
* ისტორიის წაშლის ღილაკი

**2: მთავარი ბანერები (Promo Slider)**

* დიდი Slider Auto-slide ფუნქციით
* ნავიგაციის ღილაკები
* ქვედა მცირე ბანერები – საინფორმაციო ბლოკები
* **კონფიგურაცია:** ბანერები, ტექსტები, ბმულები მრავალენოვან რეჟიმში

 **3: ბოლო ნანახი პროდუქტები**

* Slider
* პროდუქტის ბარათები (ფოტო, ფასი, ფასდაკლება)
* **კონფიგურაცია:** სამართავი პანელიდან ჩართვა/გამორთვა

**4: კატეგორიების ბლოკი (პროდუქტის კატეგორიები)**

* კატეგორიების ჩვენება ბლოკებად (ბეიჯები + ფოტო)
* Hover Animation
* **კონფიგურაცია:**
	+ **კატეგორიების წყარო:**
	✔ **Catalog API** – პროდუქცია ავტომატურად მოდის კატალოგის სერვისიდან.
	✔ **არის კატეგორიები, რომლებიც არ არის კატალოგზე დამოკიდებული** – მაგ: აქსესუარები, დანადგარები და ა.შ.
	+ **კატეგორიების კონფიგურატორი სამართავ პანელში:**
	✔ ხილვადობის ჩართვა/გამორთვა
	✔ რიგითობის განსაზღვრა
	✔ ფილტრების განსაზღვა და ა.შ.

**5: პოპულარული ავტომობილები**

* ავტომობილის ლოგოების Slider
* **კონფიგურაცია:** ლოგოები, სახელები, რიგითობა სამართავი პანელიდან

**6: საბურავის ძებნის ბლოკი**

* ფილტრები:
	+ ზომა (სიგრძე, სიმაღლე, დიამეტრი)
	+ სეზონი (ზაფხული, ზამთარი, ყველა სეზონი)
* სეზონის მიხედვით ფონური სურათების ცვლა
* **კონფიგურაცია:** ტექსტები, ფონური სურათები

**7: შეთავაზებები**

* ბლოკი აქციების ტიპებით (ფასდაკლება, სიახლე)
* ბეიჯებით შეთავაზებების გამოყოფა
* **კონფიგურაცია:** ბანერები, ტექსტები, ბმულები

 **8: მანქანის მოვლა**

* წინასწარ შერჩეული პროდუქტების სია **მარჯვენა მხარეს გამოტანილი „მოვლის პროდუქტების“ ბლოკით**
* **კონფიგურაცია:**
✔ ბლოკის სათაური, ტექსტი
✔ ორივე სიის პროდუქტები **სამართავი პანელიდან ხელით განსაზღვრული**

**9: ვიდეო ბლოგი (Tegeta Video)**

* 4 ვიდეო ვიდეოს ჩვენება
* ღილაკი: **ყველას ნახვა**
* **კონფიგურაცია:** ვიდეო ბმულები, ვიდეოს ატვირთვა

**10: Footer**

* კომპანიის შესახებ
* კონტაქტები
* პოლიტიკები
* Social Media ბმულები
* **კონფიგურაცია:** ტექსტები და ბმულები მრავალენოვან რეჟიმში.

# ავტორიზაცია / რეგისტრაცია

**რეგისტრაცია**

რეგისტრაციის დროს მომხმარებელმა უნდა აირჩიოს მომხმარებლის ტიპი - ფიზიკური ან იურიდიული პირი.

მომხმარებლის რეგისტრაცია უნდა განხორციელდეს ორი გზით:
 **სტანდარტული რეგისტრაცია (ფიზიკური და იურიდიული პირებისთვის)**
 **სოციალური ქსელებით რეგისტრაცია: Facebook, Google, Apple (მხოლოდ ფიზიკური პირებისთვის)**

სოციალური ქსელებით რეგისტრაციის დროს სახელი, გვარი და მეილი უნდა წამოვიღოთ მომხმარებლის სოციალური ქსელის პროფილიდან, ხოლო დანარჩენი ინფორმაცია ხელით უნდა შეავსოს.

რეგისტრაციის შესაძლებლობა უნდა ჰქონდეს როგორც **ფიზიკურ, ისე იურიდიულ პირებს**.

**ფიზიკური პირების რეგისტრაცია:**

**სავალდებულო ველები:**

* სახელი
* გვარი
* პირადი ნომერი
* ელ. ფოსტა
* ტელეფონი
* პაროლი
* გაიმეორეთ პაროლი

**პროცესი:**

1. ყველა ველის შევსების შემდეგ, ღილაკზე **„რეგისტრაცია“** დაჭერით უნდა გაიგზავნოს OTP კოდი SMS-ით.
2. OTP-ის შეყვანა გახდის ანგარიშს აქტიურს.
3. დამატებით უნდა გაიგზავნოს ელფოსტაზე აქტივაციის ლინკი.
	* **შენიშვნა:** ელფოსტის აქტივაცია რეკომენდირებულია, მაგრამ არ არის სავალდებულო.

**იურიდიული პირების რეგისტრაცია**

იურიდიული პირი რეგისტრირდება მხოლოდ **სტანდარტული ფორმით**.
**სავალდებულო ველები:**

* საიდენტიფიკაციო კოდი
* კომპანიის დასახელება
* მობილური
* ელ. ფოსტა

**შენიშვნა:**
რეგისტრაციის შემდეგ იურიდიულ პირებს ავტომატურად არ ენიჭებათ წვდომა ყველა კატეგორიაზე. წვდომა განისაზღვრება შემდგომი დამტკიცების შემდეგ (Back Office პროცესები).

**სოციალური რეგისტრაცია (Social Login)**

* Facebook, Google, Apple
* თუ ბრაუზერში ავტორიზებულია შესაბამისი სერვისი, ინფორმაცია ავტომატურად უნდა წამოიღოს და მოხდეს ანგარიშის შექმნა (თუ არ არსებობს) ან ავტორიზაცია (თუ უკვე არსებობს).

**ავტორიზაციის ფუნქციონალი (Login)**

ავტორიზაციის დროს მომხმარებელი ირჩევს მომხმარებლის ტიპს - ფიზიკური ან იურიდიული პირი.

ავტორიზაციის გზები ფიზიკური პირისთვის:
✔ **ფიზიკური პირების სტანდარტული ავტორიზაცია:**

* ელ. ფოსტა + პაროლი
✔ **ფიზიკური პირების სოციალური ქსელებით ავტორიზაცია:**
* Facebook, Google, Apple

**ფიზიკური პირების ავტორიზაციის პროცესი:**

* მომხმარებელი შეჰყავს ელ. ფოსტა და პაროლი
* მონაცემების დამთხვევის შემთხვევაში იღებს წვდომას პროფილზე

**სოციალური ავტორიზაციის პროცესი - ფიზიკური პირი:**

* დალოგინებული სოციალური ანგარიშიდან მონაცემების წამოღება
* მონაცემების დამთხვევის შემთხვევაში → ავტორიზაცია
* თუ არ არსებობს ანგარიში → ხდება ავტომატური რეგისტრაცია

ავტორიზაციის მოდული უნდა იყოს ხელმისაწვდომი მრავალპლატფორმიან გარემოში გამოსაყენებლად და უზრუნველყოფს მის მარტივ ინტეგრაციას როგორც Web, ისე Mobile პლატფორმებთან (Backend/API ინტეგრაცია)

**იურიდიული პირების ავტორიზაცია:**

* მომხმარებელი შეჰყავს საიდენტიფიკაციო კოდი და პაროლი
* მონაცემების დამთხვევის შემთხვევაში იღებს წვდომას პროფილზე

**პაროლის აღდგენა - ფიზიკური პირები:**

* ავტორიზაციის Pop Up ფანჯარაში მომხმარებლებს უნდა შევთავაზოთ პაროლის აღდგენის ფუნქციონალი
* ფიზიკურმა პირმა პაროლის აღსადგენად უნდა შეიყვანოს მობილურის ნომერი ან ელ. ფოსტა
* მონაცემების დამთხვევის შემთხვევაში, მომხმარებელი მობილურის ნომერზე ან ელ ფოსტაზე მიიღებს OTP კოდს, რომლითაც უნდა დაადასტუროს მითითებული მონაცემების სისწორე
* ამის შემდეგ მომხმარებელმა უნდა შეიყვანოს ახალი პაროლი 2-ჯერ პაროლის სირთულის სტანდარტების გათვალისწინებით, რის შემდეგაც პაროლი შეიცვლება.

**პაროლის აღდგენა - იურიდიული პირები:**

* ავტორიზაციის Pop Up ფანჯარაში მომხმარებლებს უნდა შევთავაზოთ პაროლის აღდგენის ფუნქციონალი
* იურიდიულმა პირმა პაროლის აღსადგენად უნდა შეიყვანოს მობილურის ნომერი ან საიდენტიფიკაციო კოდი
* მონაცემების დამთხვევის შემთხვევაში, მომხმარებელი მობილურის ნომერზე მიიღებს OTP კოდს, რომლითაც უნდა დაადასტუროს მითითებული მონაცემების სისწორე
* ამის შემდეგ მომხმარებელმა უნდა შეიყვანოს ახალი პაროლი 2-ჯერ პაროლის სირთულის სტანდარტების გათვალისწინებით, რის შემდეგაც პაროლი შეიცვლება.

# მომხმარებლის ვალიდაცია

საიტზე არსებობს ფიზიკური პირის ორი ტიპის მომხმარებელი:

* **იდენტიფიცირებული მომხმარებელი (იდენტი)** – მომხმარებელი, რომლის მონაცემები (მობილურის ნომერი და პირადი ნომერი) ემთხვევა core სისტემაში არსებულ მომხმარებელთან.
* **არაიდენტიფიცირებული მომხმარებელი (არაიდენტი)** – მომხმარებელი, რომლის მონაცემები არ არსებობს core სისტემაში ან ვერ მოხერხდა მათ დაკავშირება.

**იდენტიფიცირებული მომხმარებლის შემთხვევაში:**
მომხმარებლის პროფილი კავშირდება core სისტემასთან, რაც უზრუნველყოფს სრულ სერვისებზე წვდომას.

**ვალიდაციის მექანიზმი core სისტემაში**

ვალიდაცია უნდა განხორციელდეს **ორი გზით**:

1. **რეგისტრაციის პროცესში:**
	* თუ მომხმარებლის მიერ შეყვანილი **მობილურის ნომერი** და **პირადი ნომერი** ემთხვევა core სისტემაში არსებულ მონაცემებს, სისტემა ავტომატურად ასრულებს ვალიდაციას.
	* მომხმარებელი ხდება **იდენტი**, და მის პროფილს ენიჭება სრული ფუნქციონალი, რაც ასევე უნდა გამოიხატოს მომხმარებლის პროფილზე შესაბამისი ბეიჯით.
2. **ავტორიზაციის შემდეგ:**
	* იმ შემთხვევაში, თუ რეგისტრაციისას ვერ მოხერხდა მონაცემების დამთხვევა (მომხმარებელი არ არის core სისტემაში ან მონაცემები განსხვავებულია), მომხმარებელი ავტომატურად ხდება **არაიდენტი**.
	* ავტორიზაციის შემდეგ, სისტემა მომხმარებელს აჩვენებს **Pop-up ფანჯარას**, სადაც:
		+ წინასწარ შევსებულია მისი პირადი ნომერი (შესაძლებელია შეცვლა).
		+ მოთხოვნილია core სისტემაში არსებული მობილურის ნომრის ბოლო **4 ციფრის** შეყვანა.
		+ თუ ესეც ვერ ახსოვს, მომხმარებელი უნდა მივიდეს ფილიალში, განაახლოს მონაცემები და შემდეგ ხელახლა გაიაროს ვალიდაციის პროცესი.

# მომხმარებლის პროფილი

პროფილი წარმოადგენს ავტორიზებული მომხმარებლის ცენტრალურ სივრცეს, სადაც თავმოყრილია მისი პირადი ინფორმაცია, შეკვეთები, ისტორია, ლოიალობის ქულები და სხვადასხვა ფუნქციონალი. პროფილი შედგება **მთავარი (Landing) გვერდისგან** და **დეტალური ჩანართებისგან**.

**1. პროფილის ძირითადი ელემენტები**

* **ლოგო:** თეგეტას ლოგო, რომელზე დაჭერისას მომხმარებელი გადამისამართდება shop-ის მთავარ გვერდზე.
* **მომხმარებლის მისალმება:** „გამარჯობა, [სახელი]“ – მრავალენოვანი მხარდაჭერით.
* **ავატარი:** სახელი/გვარის ინიციალების ხატულა (icon), რომელიც ავტომატურად გენერირდება.
* **ქულების ბარათი:** დაგროვილი ქულები, ბარათის ტიპი (მაგ. Golden), სტატუსის პროგრესბარი. (ამ ინფორმაციას მივიღებთ სერვისით core სისტემიდან, თუ მომხმარებელი იქნება ე.წ. იდენტი).
* **ბოლო შეკვეთები:** შეკვეთების მოკლე ჩამონათვალი (ნომერი, ღირებულება, სტატუსი). (ამ ინფორმაციას მივიღებთ ისტორიის API-დან)
* **რეზერვაციის ბლოკი:** სერვისის რეზერვაციის ინფორმაცია (თარიღი, სტატუსი) – მონაცემები მიიღება რიგების მართვის სისტემის API-დან.
* **მანქანის ბლოკი:** უკვე დამატებული მანქანების სია + ახალი მანქანის დამატების ღილაკი.

ყველა ელემენტი უნდა იყოს **სამართავი პანელიდან კონფიგურირებადი** (გამოჩენა/დამალვა, ტექსტები, ხატულები, ენა).

**2. პროფილის მენიუ და ჩანართები**

მენიუში გამოჩნდება მომხმარებლის სახელი, გვარი, ქულები, ბარათის ტიპი. ძირითადი ჩანართებია:

**2.1. ჩემი მანქანები**

* ახალი მანქანის დამატება (მარკა, მოდელი, წელი ან VIN).
* დამატებული მანქანების სია ხატულებით.
* მანქანის მონაცემების გამოყენება Shop-ის შეთავაზებებში (მაგ., შესაბამისი პროდუქციის შეთავაზება).

**2.2. ისტორია**

განყოფილება იყოფა ორ ტაბად:

* **სერვისები:** ფილიალში მიღებული სერვისები, შეძენილი პროდუქცია.
	+ ფილტრი: მანქანა, პერიოდი.
	+ სორტირება: თარიღის მიხედვით.
	+ დეტალების ნახვა + PDF გადმოწერა.
* **პროდუქტები:** ონლაინ შეძენილი პროდუქტები.
	+ ინფორმაცია: დასახელება, რაოდენობა, თარიღი, სტატუსი, ხატულა(icon).
	+ დეტალების ნახვა + PDF გადმოწერა.

**ისტორია არის ცალკე ფუნქციონალი, რომელსაც მივიღებთ API-ს საშუალებით Core სისტემიდან და გამოვაჩენთ მომხმარებლის პროფილში.**

**2.3. ფავორიტები**

* ყველა დაფავორიტებული პროდუქტის ნახვა.
* ერთ ან ყველა პროდუქტის კალათაში დამატება.
* ცალკეული წაშლა ან სრული სიის გასუფთავება.

**2.4. ჩემი მისამართები**

* მისამართის დამატება, რედაქტირება, წაშლა.
* ფავორიტად მონიშვნა → Default მისამართი შეკვეთისას.

**2.5. ჩემი ბარათები**

* მომხმარებელს უნდა შეეძლოს **ბარათის დამატება** და **წაშლა**.
* დამატებული ბარათებიდან შესაძლებელი უნდა იყოს **ფავორიტად მონიშვნა**, რომელიც გამოიყენება როგორც **Default გადახდის მეთოდი**.
* ბარათებზე ინფორმაცია მიიღება **გადახდის სერვისიდან**, პლატფორმა მხოლოდ ასახავს მონაცემებს.

**2.6. პირადი ინფორმაცია**

* მომხმარებლის ავატარი
* ელ. ფოსტა, ტელეფონი, სახელი, გვარი, დაბადების თარიღი.
* თითოეული ველის რედაქტირება.
* ელ. ფოსტისა და ტელეფონის შეცვლისას საჭიროა **ვერიფიკაცია** (OTP).

**2.7. უსაფრთხოება**

* პაროლის შეცვლა.

**2.8. გამოსვლა**

* სისტემიდან გასვლა → Redirect მთავარ გვერდზე.

# პროდუქციის ძებნა (გლობალური ძებნა)

**მთავარი მიზანი:**
მომხმარებელმა შეძლოს მარტივად და სწრაფად მოძებნოს პროდუქტი ნებისმიერი მეთოდით:

* **დასახელებით** (მაგ: „საბურავი“)
* **ნაწილის კოდით**
* **VIN კოდით**
* **სახელმწიფო ნომრით**
* **საკვანძო სიტყვით (Keyword)**

**ძებნის ველი (Search Input):**

* მდებარეობს ჰედერში, ცენტრალურ ზონაში.
* Placeholder ტექსტი: *“სიტყვა, VIN ან ნაწილის კოდი“*
* **Autocomplete ფუნქციონალი:**
	+ ძიება ხდება რეალურ დროში მცირე დაყოვნებით (300–500 ms), რომ თავიდან ავიცილოთ ზედმეტი API რექვესთები.
	+ ძიება მოიცავს შემდეგ პრიორიტეტებს:
		1. **კატეგორიები**
		2. **ქვეკატეგორიები**
		3. **პროდუქტები**

**ძებნის შედეგების ბლოკი:**

* გამოჩნდება დინამიურად ძიებისას.
* შედგება სამი სექციისგან:
	1. **ისტორია (Recent Searches)**
		+ ბოლო 6–8 ძებნა.
		+ უნდა იყოს წაშლის ღილაკი ინდივიდუალური ჩანაწერისთვის + ღილაკი „ისტორიის გასუფთავება“.
	2. **კატეგორიები და ქვეკატეგორიები**
		+ შესაბამისი აიქონებით.
	3. **პროდუქტების შედეგები**
		+ თითოეულ პროდუქტზე უნდა ჩანდეს:
		✔ სურათი
		✔ დასახელება
		✔ ფასი (ძველი + ახალი, თუ არის ფასდაკლება)
		✔ ძირითადი მახასიათებლები (მაგ: ზომა, სეზონურობა)

**შედეგების არ არსებობის შემთხვევაში:**

* მესიჯი: *„შედეგი ვერ მოიძებნა“*

**VIN და მანქანის მოდელის მხარდაჭერა:**

* თუ მომხმარებელს აქვს არჩეული მანქანის მოდელი, ძიების ბლოკის თავში ჩანს ფილტრი (მაგ: **F10, 2024**).
* ეს ფილტრი მოქმედებს ყველა შედეგზე (გამოჩნდება მხოლოდ შესაბამისი მოდელის პროდუქტები).
* თუ დაძებნი ნაწილს კოდით ან დასახელებით და არჩეული გაქვთ ავტომობილი მაგ: F10, პროდუქტზე გადასვლისას დააწერს თავსებადია თუ არა ამ ავტომობილთან (ეს ინფორმაცია გადამოწმდება კატალოგის სერვისში)

**ყველას ნახვა:**

* ძიების შედეგების ბოლოში ღილაკი: **„ყველას ნახვა“**, რომელიც გადაჰყავს მომხმარებელს ძიების სრულ გვერდზე.
* თუ მომხმარებელი დააჭერს ხელს კონკრეტულ ნაწილს, გადავა ამ პროდუქტის დეტალურ გვერდზე.

# კატეგორიები

ყველა პროდუქტი მიეკუთვნება გარკვეულ კატეგორიას. კატეგორიების სტრუქტურა ორფენიანია: **კატეგორია** და **ქვეკატეგორია**.
**მაგალითი:**

* კატეგორია: *საბურავები*
* ქვეკატეგორიები: *მსუბუქი საბურავები*, *კომერციული საბურავები*

**ფუნქციონალი**

* საიტის მენიუში სასურველი კატეგორიის ან ქვეკატეგორიის არჩევისას მომხმარებელი გადადის შესაბამის გვერდზე.
* **კატეგორიის გვერდი** უნდა შეიცავდეს:
	+ **პროდუქტების სია**, რომელიც მოიცავს:
		- პროდუქტის ფოტო
		- დასახელება
		- ფასი (ძველი და ახალი ფასდაკლების შემთხვევაში)
		- სპეციფიკური მახასიათებლები
		- ბეიჯები (*ფასდაკლება*, *TOP პროდუქტი* და ა.შ.)
	+ **ფილტრები**:
		- სტანდარტული: ბრენდი, ფასი, ფასდაკლება, მარაგშია, მწარმოებელი ქვეყანა, კორპუსის ტიპი
		- სპეციფიკური: კატეგორიის მახასიათებლების საფუძველზე (მაგ.: საბურავები → ზომა, სეზონურობა)
	+ **სორტირება**:
		- ფასით (ზრდადობით/კლებადობით)
		- პოპულარობით
		- სიახლეებით
	+ **View-ს გადამრთველი**:
		- **Grid View**
		- **List View**
	+ **Pagination**

**ფილტრები**

* თითოეულ კატეგორიას უნდა ჰქონდეს ფილტრები, რომლებიც დამოკიდებულია პროდუქტის მახასიათებლებზე.

**(Optional) - ფილტრების მენეჯმენტი სამართავ პანელში**

* ყველა სპეციფიკური ფილტრი სრულად **კონფიგურირებადია სამართავი პანელიდან**:
	+ ახალი ფილტრების დამატება
	+ ჩართვა/გამორთვა
	+ ფილტრების დალაგება პრიორიტეტით

**პროდუქტების ჩვენების ლოგიკა**

* სამართავი პანელიდან უნდა იყოს შესაძლებელი:
	+ რომელი პროდუქცია გამოჩნდეს კონკრეტულ კატეგორიაში **მახასიათებლების საფუძველზე**.
	**მაგალითი:**
* *მსუბუქი საბურავების* კატეგორიაში გამოჩნდება მხოლოდ ის პროდუქტები, რომელთა მახასიათებელში მითითებულია: **„საბურავის კატეგორია = მსუბუქი“**.
* იგივე ლოგიკა ვრცელდება სხვა კატეგორიებზე (ბრენდი, ზომა, სეზონურობა და ა.შ.)

**დამატებითი კონფიგურაციები (სამართავი პანელიდან)**

* კატეგორიისა და ქვეკატეგორიის სახელები
* **Default ფოტო კატეგორიისთვის** (გამოიყენება იმ შემთხვევაში, თუ პროდუქტს არ აქვს თავისი ფოტო)
* **კატეგორიის ხატულა (Icon)** – მენიუში გამოსატანად
* ბეიჯების მართვა
* ფილტრები და მათი აქტიურობა
* სიების ველები: რომელი მახასიათებლები გამოჩნდეს კატალოგის გვერდზე და რომელი პროდუქტის დეტალურ გვერდზე
* **Facebook XML კონფიგურაცია**:
	+ კატეგორიის და ქვეკატეგორიის ჭრილში უნდა შეგვეძლოს ველების შერჩევა
	+ XML ფაილში გადავიდეს მხოლოდ არჩეული ველები

# კატეგორიის მთავარი გვერდი

ზოგიერთი კატეგორიისთვის საჭირო იქნება **მთავარი გვერდის გამოყენება**, რომელიც მომხმარებელს კატეგორიის მენიუდან გადასვლისას არა პირდაპირ პროდუქციის სრულ სიაზე, არამედ ამ შუალედურ გვერდზე გადაიყვანს.

**კატეგორიის მთავარი გვერდის მიზანი**

* მომხმარებელს შესთავაზოს **სპეციფიკური ფილტრები**, რომლებიც გამომდინარეობს ამ კატეგორიის პროდუქციის მახასიათებლებიდან.
* **UX-ის გაუმჯობესება** დამატებითი საინფორმაციო ბლოკების საშუალებით (ბრენდები, ბანერები, ვიდეოები, შეთავაზებები).
* **SEO-ს ოპტიმიზაცია**: უნიკალური კონტენტის დამატებით და შიდა ბმულების სტრუქტურით.

**ძირითადი ფუნქციონალი**

* **სპეციფიკური ფილტრები:**
	+ გამოჩნდება კონკრეტული კატეგორიისთვის საჭირო ფილტრები.
	+ თითო ფილტრის არჩევისას მომხმარებელი გადადის **პროდუქციის გაფილტრულ სიაზე**.
* **ბრენდების ბლოკი:**
	+ პოპულარული ბრენდები
	+ თვის ბრენდი
* **ბოლოს ნანახი პროდუქტები:**
	+ მომხმარებლის მიერ ადრე ნანახი პროდუქტების ბლოკი.
* **შეთავაზებები:**
	+ კატეგორიის პროდუქტებზე მოქმედი აქციები.
* **ვიდეო ბლოკი:**
	+ კატეგორიისთვის შესაბამისი ინსტრუქციები და მიმოხილვები.
* **ბანერები და საინფორმაციო ქარდები:**
	+ სერვისების, შეთავაზებებისა და ინსტრუქციების შესახებ ინფორმაცია.

**UX Flow**

1. მომხმარებელი მენიუდან ირჩევს კატეგორიას → გადადის **კატეგორიის მთავარ გვერდზე**.
2. ფილტრის ან კონკრეტული მახასიათებლის არჩევისას → გადადის სტანდარტულ **პროდუქტების სიაზე**, გაფილტრული შედეგებით.

**სამართავი პანელის კონფიგურაცია**

* **ფილტრები:**
	+ თითო კატეგორიისთვის ფილტრების დამატება/ჩართვა/გამორთვა.
* **ბრენდების ბლოკი:**
	+ პოპულარული ბრენდების მართვა.
* **ბანერები და ქარდები:**
	+ დამატება, წაშლა, ტექსტის რედაქტირება, ენების მიხედვით.
* **ვიდეო ბლოკი:**
	+ ვიდეოების ატვირთვა.

# პროდუქტის დეტალური გვერდი (Product Detail Page)

პროდუქტის დეტალური გვერდი წარმოადგენს ერთ-ერთ მთავარ UX კომპონენტს, რომელიც პირდაპირ გავლენას ახდენს კონვერსიაზე.

**ძირითადი ელემენტები და ფუნქციონალი**

**1. პროდუქტის ვიზუალური ბლოკი**

* **პროდუქტის სურათების Slider**:
	+ ძირითადი ფოტო + პატარა ფოტოები ქვემოთ.
	+ Popup რეჟიმში სურათების გადიდება (Zoom).
	+ სურათებზე **ბეიჯები** (ფასდაკლება, შეთავაზება, TOP პროდუქტი) – **კონფიგურირებადი სამართავი პანელიდან**.
* **ფავორიტებში დამატების ღილაკი**:
	+ ვარსკვლავის ან გულის აიქონი.
	+ დამატება/მოხსნა რეალურ დროში.

**2. პროდუქტის სათაური და მოკლე აღწერა**

* **სტრუქტურა**:
	+ ბრენდი + კატეგორია/ქვეკატეგორია + არტიკული.
* გვერდით → ძირითადი **სპეციფიკაციები** (ზომები, სეზონურობა, პროდუქტის ID კოდი).

**3. ფასები და აქციები**

* ძირითადი ფასი **გამოკვეთილი დიზაინით**.
* ძველი ფასი (გადასახაზი).
* ფასდაკლების % მაჩვენებელი.
* დაგროვებადი ქულების ინფორმაცია.
* **აქციის პერიოდის მთვლელი**:
	+ სერვერის დროით (არა კლიენტის).

**4. შეძენის ბლოკი**

* **პროდუქტის რაოდენობის ასარჩევი** (+/- ღილაკებით).
* **მიტანის სერვისის ინფორმაცია**:
	+ Popup ფანჯარა სერვისების აღწერით.
* **მარაგშია სტატუსი**:
	+ ფილიალების სია, მისამართი, რუკა, სამუშაო საათები.
* **ყიდვის ღილაკი (Buy Now)**:
	+ გადაჰყავს Checkout-ზე.
* **კალათაში დამატების ღილაკი**:
	+ რეალურ დროში კალათაში დამატება/წაშლა.

**5. დაკავშირებული პროდუქტები და Bundle**

* **ერთად ყიდვის ბლოკი (Bundle)**:
	+ მთავარი პროდუქტი + დაკავშირებული პროდუქტები.
	+ რამოდენიმე პროდუქტის დამატება ერთდროულად.

**6. დეტალური ინფორმაცია**

* **აღწერა**:
	+ ტექსტური, მრავალენოვანი, „მეტის ჩვენება“ ღილაკით.
* **სრული პარამეტრები (Attributes)**:
	+ ყველა მახასიათებლის სია.
* **საგარანტიო პირობები**:
	+ მოკლე ტექსტი + Popup სრული პირობებით.

**7. დამატებითი ბლოკები**

* **თეგეტა საბურავის ხარისხი**:
	+ აიქონები + ტექსტი.
* **თავსებადობა (Compatibility)**:
	+ მწარმოებლები, მოდელები, წელი
* **სერვისების ბლოკი**:
	+ აიქონები + Redirect დეტალურ სერვისის გვერდზე.
* **რეკომენდაციები**:
	+ საინფორმაციო ბარათები: დასახელება, ფოტო/ვიდეო.
* **ინფორმაციული ლინკები**:
	+ 4-ელემენტიანი ბლოკი აიქონებით.
* **მსგავსი პროდუქტები**:
	+ ჰორიზონტალური Slider სადაც გამოჩნდება მსგავსი პროდუქტები.

**8. გაზიარება**

* სოციალური ქსელების ღილაკები (Facebook, WhatsApp, Viber).

# კალათა

**კალათის გვერდი** წარმოადგენს მომხმარებლის მიერ შერჩეული პროდუქტების გადამოწმებისა და შეკვეთის დასაწყებად საჭირო სივრცეს. ის უნდა იყოს მაქსიმალურად ინფორმაციული და მარტივად გამოყენებადი.

**1. პროდუქტების სია**

* **ძირითადი მონაცემები:**
	+ პროდუქტის ფოტო (მთავარი სურათი).
	+ დასახელება (ბრენდი + პროდუქტის სახელი).
	+ ნაწილის კოდი.
	+ თავსებადობის ინფორმაცია *(თუ პროდუქტი შეესაბამება მომხმარებლის არჩეულ მანქანას)* – შესაბამისი ნიშნული.
	+ კონფიგურირდებოდეს სამართავი პანელიდან, რა ველები გამოჩნდეს.
* **ფასები:**
	+ მიმდინარე ფასი.
	+ გადახაზული ძველი ფასი *(ფასდაკლების შემთხვევაში)*.
* **მარაგის სტატუსი:**
	+ “მარაგშია” (მწვანე სტატუსი).
	+ “არ არის მარაგში” (წითელი შეტყობინება).
* **რაოდენობის ასარჩევი:**
	+ Default მინ. 1 ცალი.
	+ გაზრდა (+), დაკლება (-).
* **წაშლის ღილაკი:**
	+ ღილაკზე დაჭერისას გამოდის დამხმარე ფანჯარა (modal), სადაც:
		- პროდუქტის დასახელება.
		- **ღილაკი „წაშლა“** – პროდუქტი წაიშლება კალათიდან.
		- **ღილაკი „ფავორიტებში დამატება“** – გადატანა ფავორიტებში.
		- თუ პროდუქტი უკვე ფავორიტებშია, ღილაკი არააქტიურია.

**2. დამატებითი ინფორმაციის ბლოკი (Sidebar)**

კალათის გვერდის მარჯვენა მხარეს უნდა გამოჩნდეს შეკვეთის შეჯამება:

* **პროდუქტების რაოდენობა** – ჯამური რაოდენობა.
* **ჯამური ღირებულება** – ყველა პროდუქტის ფასების ჯამი (ფასდაკლების გათვალისწინებით).
* **მიტანის ღირებულება** – არჩეული სერვისების მიხედვით *(სტანდარტული, სწრაფი მიტანა)*.
* **დასარიცხი ქულები** – თეგეტა ბარათზე დაგროვების პოტენციური ქულები *(კონფიგურაცია სამართავ პანელში)*.
* **ქულების გამოყენების ჩართვა:**
	+ გადამრთველი (Toggle) “თეგეტა ქულების გამოყენება”.
	+ ქულებზე ინფორმაცია ინტეგრირებული იქნება Core სისტემასთან
	+ **მნიშვნელოვანი:** ქულების გამოყენებისას **პრომო კოდი არ იმუშავებს**.
* **პრომო კოდის ჩართვა:**
	+ მონიშვნით იხსნება ველი კოდის შესატანად და ღილაკი “აქტივაცია”.
	+ სწორი კოდის შემთხვევაში:
		- გამოითვლება ფასდაკლება (% და თანხა).
		- ჯამური თანხა ახლდება.
	+ არასწორი კოდის შემთხვევაში:
		- გამოდის შეტყობინება: „პრომო კოდი არასწორია“.
	+ **მნიშვნელოვანი:** პრომო კოდის გამოყენებისას **ქულების გამოყენება არ იმუშავებს**.
* **შეკვეთის ღილაკი**:
	+ ღილაკი მომხმარებელს გადაამისამართებს **Checkout** გვერდზე.
	+ **თუ მომხმარებელი არ არის ავტორიზებული**, უნდა გამოჩნდეს **ავტორიზაციის მოდალი** (ავტორიზაცია / რეგისტრაცია).
	+ **ავტორიზაციის გავლის შემდეგ** მომხმარებელს **კალათაში უნდა დახვდეს** ის პროდუქტები, რომლებიც ავტორიზაციის გავლამდე დაამატა კალათაში, ასევე ის პროდუქტებიც, რომლებიც სხვა დროს დაავტორიზებულმა დაამატა, ასეთების არსებობის შემთხვევაში.

# გადახდა (Checkout)

ჩექაუთის გვერდი უნდა იყოს **wizard-ის ფორმატის**, სადაც თითოეულ ეტაპზე მომხმარებელი ასრულებს კონკრეტულ ნაბიჯს.

**Header:**

* განსხვავებული Header, სადაც მარცხნივ იქნება მხოლოდ **თეგეტას ლოგო**, ხოლო მარჯვენა მხარეს — **კალათის და პროფილის აიქონები**.

**ეტაპი 1: მიტანის მეთოდი**

* მომხმარებელი ირჩევს **პროდუქციის მიღების ვარიანტს**.
* ვარიანტები უნდა იყოს **სამართავი პანელიდან კონფიგურირებადი** (ფასები, აღწერა, პირობები).
* არჩეული სერვისის მიხედვით მოქმედებს შესაბამისი ლოგიკა (საწყობებს შორის მოძრაობა, ფილიალიდან წაღების პრიორიტეტი, მიტანის წესები).
* **გადახდის ეტაპზე გადასვლა შეუძლებელია მეთოდის გარეშე**.

**ეტაპი 2: გადახდა**

მომხმარებელს უნდა შეეძლოს გადახდა შემდეგი მეთოდებით:

* **ჩემი ბარათები:** ადრე დამატებული ბარათები — ხელის ერთი დაჭერით გადახდა.
* **ახალი ბარათი:**
	+ არჩეული ბანკი + ბარათის დამახსოვრების ფუნქცია.
	+ **ინფო ღილაკი** → პირობების Pop up.
* **განვადება:**
	+ არჩეული ბანკი, პირობების ნახვა **საინფორმაციო ღილაკით**.
* გადახდის მეთოდები, მათი გამოჩენა, დამატება და საინფორმაციო ღილაკები უნდა იყოს **ადმინისტრირებადი**.

**ღილაკი „გაგრძელება“ → გადადის შეკვეთის შეჯამებაზე.**

**ეტაპი 3: შეკვეთა (Order Summary)**

* უნდა გამოჩნდეს:
	+ არჩეული მიტანის სერვისი + დეტალები.
	+ არჩეული გადახდის მეთოდი.
	+ შეკვეთაში შემავალი პროდუქტები (ფასები, რაოდენობა).
* **რედაქტირება:** თითოეულ ბლოკს უნდა ჰქონდეს რედაქტირების ფუნქცია, რომელიც აბრუნებს შესაბამის ეტაპზე.
* **პროდუქტების წაშლა:** ამოაკლებს ღირებულებას ჯამურ ფასში.

გადახდის ღილაკზე დაჭერით გადადის იმ ბანკის გვერდზე, რომელსაც აირჩევს მომხმარებელი. თუ არ იხდის დამახსოვრებული ბარათით ინფორმაცია შეჰყავს ხელით. ბანკიდან დაბრუნებული სტატუსის მიხედვით შეკვეთას ენიჭება შესაბამისი სტატუსი, რომელიც ჩანს შეკვეთების პორტალზე, ასევე მომხმარებელსაც უჩანს მიმდინარე ინვოისებში.

**გადახდა დისტრიბუციის მხარეს.**

იურიდიულ პირებს დამატებით აქვთ შეძენის ალტერნატივა, მათ შეუძლიათ არ გადაიხადონ საბანკო სერვისებით და შეუძლიათ არსებული ლიმიტით (რომელიც ყველას აქვს ინდივიდუალური, ინფორმაცია ინტეგრაციით ხელმისაწვდომი იქნება Core სისტემიდან) გადაიხადონ.

ასევე არ შეუძლიათ გადაიხადონ განვადებით და ე.წ. გადანაწილების საშუალებებით.

## ინვოისის შექმნა core სისტემაში

საიტზე წარმატებული გადახდის შემდეგ core სისტემაში უნდა შეიქმნას ინვოისი.

ინვოისის შექმნის დროს უნდა გავითვალისწინოთ რამოდენიმე სერვისის ლოგიკებს:

* შეკვეთის ტიპი (ფილიალიდან წაღება, სწრაფი მიტანა, სტანდარტული მიტანა და ა.შ.)
* ფილიალებს შორის მიტანის დღეების ლოგიკები.
* Core სისტემიდან ლაივ რეჟიმში მიღებული მარაგები საწყობების მიხედვით.

როდესაც იურიდიული მომხმარებელი აირჩევს სერვისს, ამ ლოგიკების მიხედვით გადახდის სტატუსთან ერთად core სისტემაში უნდა შეიქმნას ინვოისი, დაიბლოკოს პროდუქცია ყველაზე ხელსაყრელ ფილიალებში და ამის შემდეგ უკვე ხდება core სისტემაში ინვოისის დამუშავება.

ინვოსის დამუშავების შემდეგ, core სისტემა დაგვიბრუნებს ინვოისის სტატუსს და ეს სტატუსი უნდა მიენიჭოს ინვოისს ჩვენს პორტალზე.

ინვოისებისთვის ცალკე გვაქვს პორტალი, რომელიც აღწერილია ინტეგრაციებში- corporate.tegetamotors.ge.

# შეთავაზებები

**შეთავაზებების სექცია** უნდა აჩვენებდეს ყველა აქტიურ აქციას და სპეციალურ შეთავაზებას, რათა მომხმარებელს მარტივად შეეძლოს სასურველი შეთავაზების მოძიება.

**შეთავაზებების მთავარი გვერდი**

* უნდა შეიცავდეს **ბანერების Slider-ს** სადაც განთავსდება სხვადასხვა შეთავაზების შესახებ ინფორმაცია.
* ბანერზე დაჭერისას მომხმარებელი გადადის შესაბამის გვერდზე:
	+ **შეთავაზებების ჯგუფურ გვერდზე (middle page)** ან
	+ **კონკრეტული შეთავაზების დეტალურ გვერდზე**.
* გვერდზე უნდა განთავსდეს 3 ძირითადი ქარდი სწრაფი ფილტრისთვის:
	+ **მსუბუქი**
	+ **სატვირთო**
	+ **სპეცტექნიკა**
* დამატებითი ბლოკები:
	+ **მალე სრულდება** – ბოლო ვადიანი შეთავაზებები + ღილაკი „ყველას ნახვა“.
	+ **ბრენდების მიხედვით** – ბრენდების ლოგოები, რომელთა დაჭერით გამოჩნდება შესაბამისი ბრენდის შეთავაზებები.
	+ **ახალი შეთავაზებები** – ახლად დამატებული აქციები.
	+ **კატეგორიის მიხედვით** – მაგალითად: საბურავები, ზეთები, ხუნდები.
* უნდა იყოს შესაძლებელი **სარეკლამო ბანერების განთავსება**, რომლებიც მომხმარებელს გადაამისამართებს სხვადასხვა მიზნობრივ გვერდებზე.

ყველა ზემოაღნიშნული სექცია უნდა იმართებოდეს **სამართავი პანელიდან** (ბანერების განთავსება, შეთავაზებების გამოჩენა, სორტირება და განლაგება).

**შეთავაზებების მთავარი გვერდი**

* აჩვენებს ყველა მიმდინარე შეთავაზებას ან გაფილტრულს კონკრეტული პარამეტრებით.
* დიზაინი უნდა იყოს **ბლოგ პოსტების სტილში**:
	+ დასახელება
	+ ბანერი
	+ ბეიჯები (მაგ.: ფასდაკლება, ქეშბექი, ზეთები).

**ფილტრები:**

* შეთავაზების ტიპი (ფასდაკლება, ქეშბექი, სპეციალური ფასი).
* მანქანის ტიპი (მსუბუქი, სატვირთო, სპეცტექნიკა).
* ბრენდი.
* კატეგორია.
* დამატებითი ფილტრი: მოქმედებს ონლაინ, ფილიალში, ან პარტნიორებისთვის.

გვერდზე უნდა იყოს **სორტირება და პაგინაცია**.
ყველა ფილტრი და ჯგუფი იმართება სამართავი პანელიდან.

**შეთავაზების დეტალური გვერდი**

* უნდა შეიცავდეს:
	+ **ბანერი და ძირითადი აღწერა**.
	+ პროდუქტების ჩამონათვალი, რომლებზეც ვრცელდება შეთავაზება (პირველი რამდენიმე პროდუქტი + ღილაკი „ყველას ნახვა“).
	+ თუ შეთავაზება ვრცელდება ბანდლზე – უნდა გამოჩნდეს ბანდლის ბლოკი.
	+ მსგავსი შეთავაზებების სექცია + ღილაკი „ყველას ნახვა“.
* დამატებითი ელემენტები:
	+ შეთავაზების დასრულებამდე დარჩენილი დრო (მთვლელი).
	+ თეგეტას საკონტაქტო ინფორმაცია.
	+ ღილაკი „დაგვიკავშირდი“ (ჩატში წერის შესაძლებლობა).

ყველა ინფორმაცია – **ბანერები, ტექსტები, ფილტრები, დამატებითი მონაცემები – უნდა იმართებოდეს სამართავი პანელიდან**.

# ბრენდის გვერდი

ბრენდის მთავარი გვერდი უნდა მოიცავდეს ამ კონკრეტული ბრენდის ქვეშ შესაბამის კატეგორიებს, შეთავაზებებს და დაჯგუფებულ პროდუქტებს.

გვერდს უნდა ჰქონდეს Header, სადაც გამოჩნდება ბრენდის ლოგო, დასახელება, კატეგორიები, პროდუქტების რაოდენობა და შეთავაზებების რაოდენობა.

ბრენდის გვერდზე ქარდების სახით უნდა გამოჩნდეს პოპულარული კატეგორიები, რომლებშიც ბრენდებს პროდუქტები აქვთ და ქარდზე დაჭერით მომხმარებელი უნდა გადამისამართდეს პროდუქტების სიაზე, რომლებიც გაფილტრულია შესაბამისი ბრენდითა და შესაბამისი კატეგორიით.

ასევე, ბრენდის გვერდზე ქარდების სახით უნდა გამოჩნდეს პოპულარული ქვეკატეგორიები, რომლებშიც ბრენდს პროდუქტები აქვს და ქარდზე დაჭერით მომხმარებელი უნდა გადამისამართდეს პროდუქტების სიაზე, რომლებიც გაფილტრულია შესაბამისი ბრენდითა და შესაბამისი ქვეკატეგორიით.

ბრენდის გვერდზე უნდა იყოს ბრენდის ჭრილში არსებული შეთავაზებების ჩანართი, სადაც გამოჩნდება რამდენიმე შეთავაზება და ასევე შესაძლებელი იქნება ყველა შეთავაზების ნახვა.

ასევე, შესაძლებელი უნდა იყოს სამართავი პანელიდან ადმინისტრირებადი იყოს ბრენდის გვერდზე კონკრეტული პროდუქტების გამოჩენა კატეგორიის ჭრილში, საიდანაც მომხმარებელს უნდა შეეძლოს პროდუქტის დეტალურ გვერდზე გადასვლა.

ბრენდის გვერდზე უნდა ჩანდეს მსგავსი ბრენდების ჩამონათვალი ლოგოების სახით, რომელზე დაჭერაც გადაიყვანს მომხმარებელს შესაბამის ბრენდის გვერდზე.

ასევე, ამ გვერდზე უნდა გამოჩნდეს ბრენდის აღწერა, ბრედისთვის სამართავ პანელში გაწერილი ტექსტის შესაბამისად.

ყველა ინფორმაცია უნდა იყოს ადმინისტრირებადი სამართავ პანელში: ბრენდის დამატება, ლოგო, დასახელება, აღწერა, შეთავაზებების ბლოკები, კატეგორიები, ქვეკატეგორიები და ა.შ.

სამართავ პანელში უნდა დაემატოს კონფიგურატორი, საიდანაც შესაძლებელი იქნება ბრენდის გვერდზე კონტენტის კონფიგურირება.

# Bundles (პროდუქტის კომპლექტები)

**მიზანი:**
ბანდლების გვერდი უნდა სთავაზობდეს მომხმარებლებს მზა კომპლექტებს — პროდუქტების სეტებს, რომლებიც შექმნილია კონკრეტული მიზნებისთვის (მაგ.: „ზეთის შეცვლა“, „ზამთრის მომზადება“).
მომხმარებელი იღებს **ფასდაკლებას**, თუ მთელ კომპლექტს ყიდულობს ერთიანად.

**ძირითადი ფუნქციონალი**

**1. კომპლექტის სტრუქტურა**

თითო ბანდლს უნდა ჰქონდეს:

* **დასახელება და მიზანი** (მაგ.: „ზეთის შეცვლის კომპლექტი -25% ფასდაკლებით“)
* **ვიზუალური ბლოკი** ან პროდუქტის ბარათები
* **პროდუქტების ჩამონათვალი**
* **საერთო ფასი და ფასდაკლება (%)**

**2. კონფიგურაცია და არჩევანი**

მომხმარებელს უნდა შეეძლოს:

* კონკრეტული კომპონენტის შეცვლა (ალტერნატივის არსებობის შემთხვევაში)
* კალათაში დამატება მთლიანად ან ინდივიდუალურად
* ბანდლის ფასის შედარება ცალკეულ ფასებთან

 **3. ფასდაკლების ლოგიკა**

* ფასდაკლება მოქმედებს მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ მომხმარებელი **ყველა პროდუქტს** ირჩევს ბანდლში.

 **4. თავსებადობა მანქანასთან**

* მომხმარებელს უნდა შეეძლოს მიუთითოს მანქანა (VIN ან მოდელით).
* სისტემამ უნდა გაიფილტროს მხოლოდ ის ბანდლები, რომლებიც შეესაბამება არჩეულ მანქანას.
* ამისთვის საჭიროა **კატალოგის ინტეგრაცია**.

**ადმინისტრირება**

ყველა ფუნქცია უნდა იყოს **მართვადი სამართავი პანელიდან**:

* ბანდლების დამატება, რედაქტირება და წაშლა
* კომპლექტის ფასების და ფასდაკლებების კონფიგურაცია
* ალტერნატიული პროდუქტების მენეჯმენტი

# Language Pack

#  სამართავი პანელი

**მიზანი:**

საიტის ადმინისტრაციული პანელი უნდა უზრუნველყოფდეს ყველა იმ ფუნქციონალის მართვას, რაც გათვალისწინებულია დიზაინში და აღწერილია მოთხოვნებში.

**არის რამდენიმე კონფიგურაცია, რომელიც უნდა იყოს მართული შემდეგი ჭრილში:**

* **მომხმარებლის ტიპით:**
	+ ფიზიკური პირებისთვის
	+ იურიდიული პირებისთვის
* **არხით (Channel):**
	+ ვებ
	+ მობილური აპლიკაცია

ესენია:

* Sales (ფასდაკლებები)
* Promo Codes (პრომო კოდები)

**განცალკევებული მართვა აუცილებელია რადგან:**

1. **ფიზიკურ და იურიდიულ მომხმარებლებს განსხვავებული პირობები აქვთ:**
	* ფასდაკლებები და პრომო კოდები განსხვავდება სეგმენტების მიხედვით.
	* იურიდიული პირებისთვის არსებობს დამატებითი შესაძლებლობები, როგორიცაა ლიმიტით შეძენა.
2. **ვებ და მობილური არხები მოითხოვს განსხვავებულ კონფიგურაციას:**
	* თეგეტას არსებული მობილური აპლიკაცია იყენებს იგივე ბექ-ენდ სერვისებს (პროდუქტები, ფასდაკლებები, გადახდები), მაგრამ საჭირო ხდება მარკეტინგული ელემენტების (ფასდაკლებები, პრომო კოდები) არხების მიხედვით კონტროლი. საჭირო იქნება API ინტეგრაციი შესაძლებლობა
	* მაგალითად:
		+ **ფასდაკლება** შეიძლება იყოს აქტიური მხოლოდ მობილურზე (მარტივი აპ კამპანიისთვის)
		+ **პრომო კოდი** შეიძლება იყოს ხელმისაწვდომი მხოლოდ ვებში და არ იმუშაოს აპში.

კომენტარი: მობილური აპლიკაციის შექმნა არ წარმოადგენს აღნიშნული ტენდერის მოთხოვნებს

**შედეგი:**
ეს მოქნილი მართვის სისტემა უზრუნველყოფს სწორი მარკეტინგული კამპანიების მორგებას არხისა და მომხმარებლის ტიპის მიხედვით, რაც ზრდის UX-ს და ბიზნესის ეფექტიანობას.

**სამართავი პანელიდან შეგვიძლია დავაკონფიგურიროთ:**

**1. Home Page Management**

ადმინისტრატორს უნდა ჰქონდეს შესაძლებლობა მართოს მთავარი გვერდის კონტენტი:

**Slider Management**

* მთავარი გვერდის და ბლოგპოსტის ბანერების მენეჯმენტი.
* პარამეტრები:
	+ ბანერის პოზიცია (Top, Middle, Bottom)
	+ ბმული (Internal / External URL)
	+ ენა (მრავალენოვანი მხარდაჭერა)
	+ სათაური / ქვესათაური
	+ აქტიურობის თარიღები (Start/End Date)
	+ არხები: ვებ / მობაილი (რესპონსიულობა)
	+ მომხმარებლის ტიპი: ფიზიკური / იურიდიული

**Category Management**

* კატეგორიების სურათებისა და აიქონების ადმინისტრირება.
* პარამეტრები:
	+ ბანერის ზომა
	+ ენა
	+ მიმდევრობა (Drag & Drop Sorting)
	+ ტიპი (ფიზიკური, იურიდიული)
	+ ბმული
	+ სათაური / ქვესათაური
	+ არხის კონფიგურაცია (ვებ / მობაილი)

**Banners**

* ვებსაიტზე ყველა არსებული ბანერის ადმინისტრირება.
* პარამეტრები:
	+ ბანერის ტიპი (Promo, Offer, Informational)
	+ პოზიცია (Header, Footer, Middle Section)
	+ ბმული
	+ ენა
	+ აქტიურობა (Enable/Disable)
	+ არხები - ვებ / მობაილი (რესპონსიულობა)
	+ მომხმარებლის ტიპი (ფიზიკური / იურიდიული)

**Brand Icons**

* ავტო მწარმოებლების ლოგოების და მონაცემების მენეჯმენტი.
* პარამეტრები:
	+ ბრენდის დასახელება
	+ ბრენდის ლოგო

**2. Category Configuration**

კატეგორიების მენეჯმენტი ხისებური სტრუქტურით:

* ხისებური სტრუქტურა (Tree Structure):
	+ მშობელი და შვილობილი კატეგორიების დამატება / რედაქტირება. (2 დონიანი კატეგორიების ხე, თითოეული კატეგორია იშლება ქვეკატეგორიებად)
	+ ქვეკატეგორიების გაერთიანების შესაძლებლობა (მაგალითად: „ყველა საბურავი“ → მსუბუქი, სატვირთო და ა.შ.)
* **კატეგორიის პარამეტრები:**
	+ Default View: Grid View / List View
	+ Price Filter: კი / არა
	+ Price Filter (Middle Page): კი / არა
	+ კატეგორიის აღწერა (SEO მიზნებისთვის)
	+ კატეგორიის ბანერის ატვირთვა
	+ კატეგორიის აიქონის ატვირთვა
	+ კატეგორიის Meta Title და Meta Description (SEO)
	+ კატეგორიის URL-ის მართვა (Slug Configuration)
* **კატეგორიაზე წვდომა:**
	+ ფიზიკური პირი
	+ იურიდიული პირი
	+ არაავტორიზებული

**File Management**

კონკრეტულ პროდუქტზე აიტვირთოს  აღწერები და სურათი. შესაძლებელი უნდა იყოს როგორც ერთი პროდუქტის შემთხვევაში, ასევე ბევრ პროდუქტებზე ერთიანად.

**Tags**

Social და Meta თეგების გაწერა, სხვადასხვა ენებზე.

**Email Configuration**

მეილების კონფიგურატორი, სადაც დამატებულია მეილ ჯგუფები, რომლებსაც კონკრეტული მოვლენების შესახებ, მაგალითად - შოპზე განხორციელებული შესყიდვები, ახალი დარეგისტრირებული მომხმარებლები უნდა დაეგზავნოთ საინფორმაციო მეილები.

**ჩათი**

აქედანვე ხდება საიტზე არსებული ჩატის - Zendesk-ის ჩართვა/გამორთვა.

**Sales Management (ფასდაკლებები და შეთავაზებები)**

**ფუნქციონალი:**
Sales მოდული უნდა აძლევდეს ადმინისტრატორს შესაძლებლობას მართოს ყველა სახის აქცია და ფასდაკლება მოქნილი პარამეტრებით.

 **Discount & Offers Management**

* **მომხმარებლის ტიპის მიხედვით:**
	+ ფიზიკური პირები
	+ იურიდიული პირები
* **კონფიგურირებადი პარამეტრები:**
	+ აქციის ტიპი:
		- პროცენტული ფასდაკლება (%)
		- ფიქსირებული ფასდაკლება (თანხით)
	+ აქციის რიგითობა (Priority)
	+ ბეიჯის ტიპი:
		- ლისტი
		- გრიდი
	+ ბეიჯის ფერი
	+ ბეიჯის ტექსტები მრავალენოვანი (ქართული / ინგლისური)
	+ ფასდაკლების მნიშვნელობა (დამოკიდებულია აქციის ტიპზე)
	+ მოქმედების პერიოდი (დაწყების და დასრულების თარიღი)
* **პროდუქტებზე მიბმა:**
	+ ხელით დამატება (Select Products)
	+ CSV ფაილის ატვირთვა
	+ ავტომატური მიბმა კატეგორიის, ბრენდის ან მახასიათებლების მიხედვით
* **აქციის სტატუსები:**
	+ აქტიური
	+ დაგეგმილი (Start Date-ის მიხედვით ავტომატური ჩართვა)
	+ დასრულებული
* **განსაზღვრა Audience ჭრილში:**
	+ მაგალითად:
		- აქცია მუშაობს მხოლოდ ფიზიკური პირებისთვის და არა იურიდიულებისთვის

**Promo Codes Management**

* **პარამეტრები:**
	+ პრომო კოდის ტიპი:
		1. **წინასწარ განსაზღვრული** (Static Codes)
		2. **პირველადი რეგისტრაციის** (ახალი მომხმარებლისთვის)
		3. **ერთჯერადი** (Single-use)
		4. **თანამშრომლებისთვის** (Internal)
	+ ფასდაკლების ტიპი:
		1. პროცენტული (%)
		2. ფიქსირებული თანხა
	+ მოქმედების არხები:
		1. ვებ
		2. მობილური აპლიკაცია
	+ მომხმარებლის ტიპი:
		1. ფიზიკური
		2. იურიდიული
	+ მოქმედების პერიოდი (Start / End Date)
* **დამატებითი პარამეტრები:**
	+ გამოყენების ლიმიტი (ერთჯერადი / მრავალჯერადი)
	+ მინიმალური შეკვეთის ღირებულება
	+ განაწილება კონკრეტულ კატეგორიაზე, ბრენდზე ან პროდუქტზე
	+ სტატუსი: აქტიური / დაგეგმილი / დასრულებული

ასევე შეგვიძლია წინასწარ დავაგენერიროთ CSV -თი 200 000 მდე პრომო კოდი, როგორც ეჯერადი ასევე მრავალჯერადი.

 **Analytics**

* **ფუნქციონალი:**
	+ დეტალური რეპორტების დათვალიერება და ჩამოტვირთვის შესაძლებლობა.
	+ ძირითადი ანგარიშები:
		- **ნანახი პროდუქტები:** მომხმარებლების მიერ დათვალიერებული პროდუქტების სია.
		- **მოძებნილი პროდუქტები:** ძებნის ქვეანალიზი (სიტყვები, VIN, კატეგორიები).
		- **ფავორიტებში დამატებული პროდუქტები:** სტატისტიკა და ყველაზე პოპულარული პროდუქტების სია.
		- **კალათში დამატებული პროდუქტები:** **პროდუქტები:** სტატისტიკა და ყველაზე პოპულარული პროდუქტების სია.
		- **შეკვეთების ანალიტიკა:** შეკვეთების სტატუსები, გადახდის მეთოდები, მიტანის სერვისების გამოყენება.
		- **ფასდაკლებებისა და პრომო კოდების გამოყენების სტატისტიკა.**
* **Export:**
	+ CSV / Excel / PDF ფორმატში ჩამოტვირთვა.
* **ფილტრები:**
	+ პერიოდი, არხი (ვებ / მობაილი), მომხმარებლის ტიპი (ფიზიკური / იურიდიული).

**Delivery Options**

* **ფუნქციონალი:**
	+ თეგეტას სერვისების დამატება და მენეჯმენტი (გამოჩენა, დამალვა, კონტენტი):
		- ადგილზე მიტანა
		- ფილიალიდან წაღება
		- სწრაფი მიწოდება
		- რეზერვაცია
	+ თითოეულ სერვისს უნდა ჰქონდეს:
		- ფასი
		- პირობების ტექსტი (Editable, მრავალენოვანი)
		- აქტიურობა (Enable / Disable)
		- არხების და მომხმარებლის ტიპების მიხედვით ჩართვა.

 **Payment Options**

* **ფუნქციონალი:**
	+ გადახდის მეთოდების სრული მენეჯმენტი:
		- საბანკო ბარათები (Visa, MasterCard და სხვა)
		- განვადებები (ბანკების მიხედვით)
		- თეგეტას ქულებით გადახდა
		- თეგეტას ლიმიტით გადახდა (იურიდიული პირებისთვის)
	+ პარამეტრები:
		- დამატება / წაშლა
		- გამოჩენა / დამალვა
		- აიქონი
		- აღწერის ტექსტი (Editable, მრავალენოვანი)

**Branch Warehouse Configuration**

* **ფუნქციონალი:**
	+ პროდუქციის გატანის დროის პარამეტრები:
		- **ფილიალიდან გატანის დრო:** რამდენ ხანში იქნება შეკვეთა გამზადებული.
		- **ფილიალებს შორის ტრანსფერის დრო:** რამდენ ხანში მოვა პროდუქტი სხვა ფილიალიდან.
	+ ეს ინფორმაცია უნდა აისახოს Checkout-ის დროს **სწორი მოლოდინის დროით**.
	+ ლოგიკა:
		- თუ პროდუქტი იმ ფილიალშია → გატანის მინ. დრო.
		- თუ სხვა ფილიალშია → დამატებითი გადაზიდვის დრო.
	+ პარამეტრები Editable უნდა იყოს სამართავი პანელიდან.

 **Branches Management**

* **ფუნქციონალი:**
	+ ფილიალებისა და საწყობების მენეჯმენტი:
		- დამატება / წაშლა
		- ფილიალის დეტალები: მისამართი, საკონტაქტო ინფორმაცია, სამუშაო საათები.
		- სტატუსი: აქტიური / არააქტიური
		- **პროდუქტების ასორტიმენტის მიბმა კონკრეტულ ფილიალზე**.
	+ მონაცემები გამოიყენება:
		- Checkout პროცესში.
		- მარაგის სტატუსის გამოტანისას.

**Stock Option (მარაგის მართვის კონფიგურაცია)**

ეს ფუნქციონალი საშუალებას მოგვცემს ვაკონტროლოთ პროდუქციის ხელმისაწვდომობა და გაყიდვის ლოგიკა **ფილიალებისა და საწყობების ჭრილში**.

**ირითადი შესაძლებლობები:**

* **ფილიალის დონეზე მართვა:**
	+ შეგვიძლია განვსაზღვროთ, რომელი საწყობის პროდუქცია გამოჩნდეს კონკრეტულ ფილიალზე
* **გაყიდვის შეზღუდვები საწყობის დონეზე:**
	+ შესაძლებელი იქნება კონკრეტულ საწყობზე შევზღუდოთ ნებისმიერი პროდუქტის შეძენა. მაგ: რომელიმე ზეთი არ გავყიდოთ ცენტრალურ ფილიალში და სხვაგან კი და ა.შ.

სამართავი პანელის ამ ჩანართში შესაძლებელი უნდა იყოს მივუთითოთ ის პროდუქტების კოდები საწყობზე, რომელიც არ გვინდა რომ ამ საწყობიდან გაიყიდოს.

**Vendor Info (მომწოდებლის ინფორმაცია)**

**პროდუქტის დეტალურ გვერდზე** აუცილებელია ვაჩვენოთ ინფორმაცია იმ კომპანიის შესახებ, რომელიც ფლობს პროდუქტს.

**ფუნქციონალი:**

* თითოეულ პროდუქტს ექნება „ინფორმაცია მომწოდებელზე“ ღილაკი (Info Button).
* ღილაკზე დაჭერისას გამოვა Pop up, სადაც გამოჩნდება შემდეგი მონაცემები:

**კომპანიის დასახელება (GE):**
შპს თეგეტა მოტორსი

**იურიდიული მისამართი (GE):**
თბილისი, დ. აღმაშენებლის ხეივანი 129

**საიდენტიფიკაციო კოდი:**
202177205

**Email:**
info@tegetamotors.ge

**ტელეფონი:**
(+995) 32 226 44 44

 **ენების მხარდაჭერა:**

ინფორმაცია უნდა გამოჩნდეს იმ ენაზე, რომელიც მომხმარებელს აქვს არჩეული საიტზე (ქართული ან ინგლისური).

 **დამატებით:**

* ეს მონაცემები უნდა იყოს კონფიგურირებადი Admin Panel-იდან → საჭიროების შემთხვევაში შესაძლებელი უნდა იყოს მომწოდებლის ინფორმაციის განახლება ან სხვა კომპანიის დამატება.
* იგივე ლოგიკა უნდა იმოქმედოს, თუ მომავალში საიტზე დაემატება მრავალი ვენდორი.

**რეფერალური სისტემა**

**1. ფიზიკური პირების რეფერალური სისტემა**

სამართავ პანელში უნდა შეიქმნას მოდული, სადაც დაემატება რეფერალური კამპანიები. კამპანიები მომხმარებლებს საშუალებას მისცემს მოიწვიონ ახალი მომხმარებლები თეგეტას პლატფორმებზე და სანაცვლოდ მიიღონ გარკვეული სახის ჯილდოები. თითოეულ კამპანიას უნდა ჰქონდეს:

* + მომხმარებლის ტიპი (ფიზიკური/კომპანია)
	+ დაწყებისა და დასრულების თარიღი
	+ არხი (შოპი / აპი)
	+ აქციის ტიპი (მთავარი / სეზონური)

**აქციების ლოგიკა:**
თითოეულ აქციაზე, რომელიც დარეგისტრირდება სამართავ პანელში, შოპში ან/და აპლიკაციაში უნდა დაგენერირდეს უნიკალური კოდი, ლინკი და QR კოდი, რომელსაც მომხმარებლები გამოიყენებენ ერთმანეთის მოსაწვევად.

ასევე აქ უნდა დაკონფიგურირდეს ის პირობები, რომლის შესრულების შემდეგაც მომხმარებელი მიიღებს ჯილდოს - მაგალითად, კოდის გამოყენების რაოდენობა.

**ინფორმაცია და სერჩი:**
სამართავ პანელში აქციის რედაქტირების გვერდზე უნდა დაემატოს მომხმარებელთა ნახვის ღილაკი, საძიებო ველები (მობილური / კოდი), პაგინაცია (30 ჩანაწერი თითო გვერდზე), და ველები: სახელი, გვარი, მობილური, რეფერალური კოდი.

**ისტორიის შენახვა:**
თითოეულ მომხმარებელზე უნდა შევინახოთ:

* + მოწვეულთა საერთო რაოდენობა
	+ კონკრეტულ აქციებზე მოწვეულების რაოდენობა
	+ მოწვევისა და რეგისტრაციის არხები
	+ იუზერის ID, მობილურის ნომერი და სტატუსი

**2. კომპანიების რეფერალური სისტემა**

**სამართავ პანელში დამატება:**
კომპანიებისთვის უნდა შეიქმნას ცალკე მოდული, სადაც დაემატება კომპანია შემდეგი ველებით:

* + კომპანიის დასახელება
	+ საიდენტიფიკაციო კოდი (არასავალდებულო)
	+ არხი და თარიღები

კომპანიას უნდა მიენიჭოს უნიკალური კოდი, Short URL და QR კოდი.
თითოეულ კომპანიაზე უნდა შევაგროვოთ:

* + მოწვეულთა საერთო რაოდენობა
	+ სტატისტიკა კამპანიების ჭრილში
	+ არხები და მოწვეულთა მონაცემები (ID, მობილური, სტატუსი)

**ბრენდის გვერდის კონფიგურაცია**

ბრენდის გვერდის დამატება და ის კონტენტი, რაც ამ გვერდზე გამოჩნდება დინამიურად უნდა იმართებოდეს სამართავი პანელიდან.

სამართავი პანელის ფუნქციონალი ბრენდის გვერდისთვის:

* ბრენდის გვერდის დამატება
* კონტენტის მენეჯმენტი:
	+ დასახელება
	+ ლოგო
	+ ბრენდის შესახებ ინფორმაცია
* დამატებითი კონფიგურაციები:
	+ პოპულარული კატეგორიები
	+ პროდუქტების კატეგორიების სრული კატალოგი
	+ შეთავაზებები
	+ მსგავსი ბრენდები

# ინტეგრაციები

E-commerce პლატფორმა ინტეგრირებულია რამდენიმე სისტემასთან, რაც უზრუნველყოფს პროცესების ავტომატიზაციას, მონაცემთა სინქრონიზაციას და გამართულ მომხმარებლის გამოცდილებას.

 **ძირითადი ინტეგრაციები:**

* **Core სისტემა:**
	+ პლატფორმა დაკავშირებულია კომპანიის **Core ERP სისტემასთან (SAP)**, საიდანაც ხდება:
		- სასაქონლო ნაშთების სინქრონიზაცია
		- ფასების განახლება
		- მომხმარებლის სტატუსების დამუშავება
		- შეკვეთებისა და ინვოისების ავტომატური შექმნა
	+ კომუნიკაცია ხდება **API-ების მეშვეობით** (REST/JSON), რეალურ დროში ან ინტერვალებით.
* **კატალოგი (Parts Catalog Integration):**
	+ გარდა შიდა კატალოგისა, პლატფორმა ინტეგრირდება ავტომობილის ნაწილების კატალოგთან, რომელიც უზრუნველყოფს:
		- პროდუქტების დეტალურ მონაცემებს (კოდები, მახასიათებლები, ფოტომასალა)
		- თავსებადობის მექანიზმს – რომელი ნაწილი ერგება კონკრეტულ მანქანას VIN კოდის, სახელმწიფო ნომრის ან მარკა,მოდელი და წლის მიხედვით
		- პროდუქციის კლასიფიკაციას კატეგორიების, ბრენდების და მახასიათებლების მიხედვით
		- API უზრუნველყოფს ძიების სხვადასხვა მეთოდს:
			* VIN Code
			* License Plate (სახელმწიფო ნომერი)
			* Make / Model / Engine
* **SMS მოდული:**
	+ ინტეგრაცია SMS სერვისებთან, რათა მოხდეს შეკვეთების, რეგისტრაციისა და სტატუსების ცვლილების შეტყობინებების გაგზავნა.
* **მეილ სერვერი:**
	+ ინტეგრაცია Transactional Email Service-თან (SMTP ან API), რომელიც უზრუნველყოფს:
		- შეკვეთების დადასტურების წერილებს
		- პრომო კოდების გაგზავნას
		- სხვა ტრანზაქციულ მეილს
* **ინვოისების პორტალი:**
	+ ინტეგრაცია **Corporate.tegetamotors.ge**-სთან, სადაც ხელმისაწვდომია შოპის ყველა ინვოისი.
	+ გაყიდვების გუნდს შეუძლია:
		- იხილოს ინვოისები სტატუსების მიხედვით (*გადახდის მოლოდინში*, *მიმდინარე*, *გაუქმებული*, *დასრულებული*)
		- გააუქმოს ან დაამუშაოს ინვოისები
* **რეზერვაციების სისტემა:**
	+ ინტეგრაცია **reservation.tegetamotors.ge**-სთან, რათა მომხმარებელს ჩექაუთის შემდეგ შეეძლოს თეგეტას სერვისზე ონლაინ ჩაწერა.
	+ API უზრუნველყოფს:
		- თავისუფალი დროის სლოტების ჩვენებას
		- თარიღისა და დროის დაჯავშნას
		- სერვისთან დაკავშირებული დამატებითი ინფორმაციის ჩვენებას

 **დამატებითი ინტეგრაციები:**

* **CRM ინტეგრაცია:**
	+ მომხმარებლის მონაცემების, ქცევის და ლოიალობის პროგრამის სინქრონიზაცია CRM სისტემასთან.
* **Email Marketing პლატფორმები:**
	+ ინტეგრაცია Emarsys, Mailchimp ან სხვა სისტემებთან პერსონალიზებული კამპანიებისთვის.
* **Google Analytics (GA4) და Tag Manager:**
	+ მომხმარებლის ქცევის ანალიზი, კონვერსიების მაჩვენებლების მონიტორინგი და SEO სტრატეგიის გაუმჯობესება.
* **Social Media Integration:**
	+ Facebook Catalog, Instagram Shopping და სხვა პლატფორმების ინტეგრაცია პროდუქტების რეკლამირებისთვის.
* **(Optional) Google Pay & Apple Pay**
	+ Google Pay-ს და Apple Pay-ს დამატება შოპზე გადახდის ერთ-ერთ მეთოდად.

**მრავალენოვანი მხარდაჭერა და Language Pack ფუნქციონალი**

მოდული უზრუნველყოფს მრავალენოვან მხარდაჭერას მომხმარებლის გამოცდილების გაუმჯობესებისა და სხვადასხვა ბაზრისთვის ადაპტაციის მიზნით. ძირითადი ფუნქციონალი მოიცავს:

* მოდული იყენებს ენების პაკეტებს (JSON ან სხვა ფორმატის ფაილებად) UI ტექსტების განსაზღვრისთვის.
* ენების გადართვის ღილაკი (EN | KA | და სხვ.)
* სისტემის ენის ავტომატური არჩევა ბრაუზერის ენის მიხედვით (default fallback)
* თარგმნის მხარდაჭერა ყველა მომხმარებლის ტექსტზე (ფორმებზე, შეტყობინებებზე, შეცდომებზე)
* ენების დამატების ან რედაქტირების შესაძლებლობა (optional)

**Responsive**

საიტი უნდა იყოს სრულად რესპონსივი (Responsive) და განლაგდეს სწორად სხვადასხვა ტიპის მოწყობილობაზე — მათ შორის, დესკტოპზე, ტაბლეტზე და მობილურ მოწყობილობებზე. დიზაინი და ფუნქციონალი უნდა იყოს ადაპტირებული სხვადასხვა ეკრანის ზომასა და ბრაუზერზე, რათა უზრუნველყოფილ იქნას მომხმარებლის კომფორტული გამოცდილება ნებისმიერ პლატფორმაზე.

**Experience in E-Commerce**

ამოცანის პოტენციურ შემსრულებელს უნდა გააჩნდეს დადასტურებული გამოცდილება E-Commerce პლატფორმების/სისტემების დეველოპმენტში.

პრიორიტეტულად განიხილება კანდიდატები/კომპანიები, რომლებსაც წარსულში შესრულებული აქვთ ანალოგიური მასშტაბისა და სირთულის პროექტები, მათ შორის სხვადასხვა სისტემის ინტეგრაცია, მრავალენოვანი და მობილურად ოპტიმიზებული ინტერფეისის შექმნა.

შემსრულებელმა უნდა წარმოადგინოს დასრულებული და მოქმედი პროექტის მაგალითი, შესაბამისი მითითებებითა და ბმულებით, რომლებიც ასახავს მის გამოცდილებას E-Commerce სფეროში.

**Source Code**

პროექტის ფარგლებში შექმნილი E-commerce პლატფორმის მთლიანი კოდი (Source Code) სრულად ეკუთვნის დამკვეთს. შემსრულებელი ვალდებულია, პროექტის დასრულებისთანავე, გადმოსცეს დამკვეთს სრულყოფილი კოდი, შესაბამისი ტექნიკური დოკუმენტაციით, რომელიც მოიცავს სისტემის არქიტექტურას, ინსტალაციის ინსტრუქციებს, კონფიგურაციის პარამეტრებს, მოდულების აღწერას და გამოყენების გზამკვლევს.

**Support**

წარმოდგენილი გადაწყვეტილება უნდა მოიცავდეს ყოველთვიური მხარდაჭერის განფასებას, ასევე მომწოდებლის კაც/საათების ტარიფებს, რომელიც პროექტის დასრულების შემდეგ შეიძლება გამოყენებული იქნას პროდუქტის განვითარებისათვის