

מערכת מסחר – מסמך דרישות כללי – 2022

מערכת מסחר (שוק) הינה מערכת המאפשרת תשתית מסחר בין מוכרים וקונים. המערכת מורכבת מאוסף חנויות. חנות מכילה פרטים מזהים ומלאי מוצרים, כאשר לכל מוצר מאפיינים שונים. משתמשי המערכת מבקרים בשוק לצרכי קנייה, מכירה, וניהול. משתמשי המערכת ממלאים תפקידים (roles) שונים במערכת: מוכרים, קונים ומנהלים. משתמש יכול למלא יותר מתפקיד יחיד במערכת בכל רגע נתון. משתמש יכול לפתוח חנות, ואז הוא מקבל תפקיד של מוכר שהוא בעל החנות. בעל-חנות רשאי להגדיר מדיניות קניה בחנות (המורכבת מאופני קנייה שונים, וחוקים להפעלתם ושילובם), לנהל את מלאי המוצרים ולהגדיר מדיניות הנחות (כלומר סוגי הנחות שונים, וחוקים להפעלת הנחות ושילובן). כמו כן, בעל-חנות רשאי למנות בעל-חנות ומנהל-חנות נוספים עבור חנותו. כאשר בעל-חנות ממנה מנהל, הוא נדרש לקבוע אילו הרשאות ניהול ניתנות לו. בנוסף, ישנם מנהלי-מערכת שתפקידם להתייחס לפניות קונים ומוכרים, לשמור על מסחר הוגן וחוקי באמצעות המערכת ולדאוג לפעילות תקינה של המערכת.

משתמשים יכולים לקבל מידע על חנות ומידע על מוצרים בחנות. ניתן לחפש מוצרים ישירות בהתאם לקריטריונים שונים. המידע על מוצרים כולל את פירוט מדיניות הקניה ומדיניות ההנחות לגביהם. משתמש יכול להירשם למערכת המסחר, ואז הוא הופך למנוי. מבקר בשוק שלא הזדהה כמנוי הוא אורח.

המערכת יכולה לפנות לשירותים חיצוניים לצורך ביצוע פעולות ממוקדות, כמו גביית כספים ואספקת מוצרים. הפניה לשירותים חיצוניים מתבצעת ע"י העברת פרטי העסקה לשירותים אלו וקבלת אישור או דחיה על ביצוע השירות.

מערכת המסחר גם מספקת התראות בזמן אמת למשתמשים במקרים בהם נדרשת תשומת ליבם. בנוסף, על המערכת לקיים דרישות אבטחה ושימושיות שונות ע"מ להגן על פרטי המשתמשים ולדאוג לחוויית משתמש טובה שתגרום למשתמשים להמשיך ולהשתמש במערכת.

דוגמאות למערכות מסחר:

1. [eBay](#)
2. [Amazon](#)
3. שוק הכרמל בת"א.

מאפיינים עיקריים (key features) של מערכת המסחר

1. ניהול מסחר בין מוכרים לקונים.

2. זמינות לביצוע פעולות (הצטרפות, קניה, עזיבה) בכל עת.

3. משתמש יכול לשמש כקונה, כמוכר, וכמנהל.

אילוצי נכונות

1. למנוי יש שם יחיד המזהה אותו במערכת.
2. יש למערכת לפחות מנהל אחד. מנהל-מערכת חייב להיות מנוי (עבר תהליך רישום).
3. בעל-חנות או מנהל-חנות חייב להיות מנוי.
4. פעולות בשוק מבוצעות רק ע"י משתמשים המבקרים בשוק.
5. לחנות פעילה (שאינה סגורה) חייב להיות לפחות בעל-חנות אחד.
6. לחנות חייבים להיות מוגדרים:
 1. סוגי קניה (רכישה) והנחה. יתכנו ברירות מחדל עבור אופן קנייה ועבור סוג הנחה.
 2. מדיניות רכישה ומדיניות הנחה. יתכנו ברירות מחדל של כללי רכישה או חישוב הנחה, כמו למשל "אין מגבלות רכישה או הנחה".
7. לקונה יש **עגלת קניות** יחידה, המורכבת מאוסף כל **סלי הקניה** שלו. לקונה יש לכל היותר **סל קניות** יחיד עבור חנות כלשהי.
8. עגלת הקניות של קונה (אורח או מנוי) הינה בבעלותו הבלעדית ואינה ניתנת לשינוי על ידי שום משתמש אחר.
9. ניתן לקנות פריטים של מוצר בחנות לכל היותר בכמות הקיימת במלאי.
10. **כללי יושרה:**
 1. ניתן לגבות כסף מקונים רק עבור עסקאות שהושלמו שהם ביצעו; ניתן לגבות רק את הסכומים שהוצהרו.
 2. תהליך קנייה מסתיים בהצלחה רק אם שולם הסכום הדרוש ורק אם האספקה אושרה.
 3. מוכר יכול לקבל תשלום רק כתוצאה מתהליך קנייה מוצלח.
11. **חיבורים לשירותים חיצוניים:**
 1. נדרש לפחות קשר אחד לשירות גביית כספים.
 2. נדרש לפחות קשר אחד לשירות אספקה.

דרישות פונקציונליות

א. מערכת:

1. **פתיחה (אתחול) של מערכת המסחר (שוק):** מבצע פתיחת מערכת מסחר תקינה, המקיימת את כל כללי היושרה. למשל, לאחר פתיחת השוק חייבים להיות קשרים עם שירותי תשלום ואספקה, וחייב להיות מנהל מערכת.
2. **שינוי/החלפה/הוספה של קשר עם שירותים חיצוניים:** מבלי לפגוע בפעילות השוק.
3. **תשלום:** פנייה למערכת תשלומים המוכרת על ידי השוק. הפנייה כוללת העברת פרטי העסקה וקבלת תשובה: אישור שהתשלום בוצע בהצלחה או סירוב.
4. **אספקה:** פנייה למערכת אספקת מוצרים המוכרת על ידי השוק. הפנייה כוללת העברת פרטי חבילה ולקוח, וקבלת תשובה: אישור לאספקה או סירוב.
5. **התראות בזמן אמת:** מערכת המסחר מספקת התראות בזמן אמת למשתמשים, במקרים בהם נדרשת תשומת ליבם. למשל:
 - בעלי חנות צריכים לקבל התראה בזמן אמת כאשר לקוח קנה מוצר מחנותם, כאשר החנות נסגרת או נפתחת מחדש או כאשר המינוי שלהם מוסר.
 - התראה למנוי כאשר קיבל הודעה/פניה.
6. **התראות מושהות:** התראות למנויים שאינם מבקרים בשוק בזמן ההתראה נשמרות במערכת ומוצגות להם בעת כניסתם.

א. משתמשים:

1. פעולות כלליות של מבקר-אורח:

1. **כניסה:** משתמש יכול להיכנס (לבקר) למערכת המסחר. במעמד זה הוא מוגדר כ**מבקר-אורח** (או בקיצור, אורח). עם כניסתו, האורח מקבל עגלת קניות, ויכול לתפקד כקונה.
2. **יציאה:** אורח יכול לעזוב את השוק. עם עזיבתו, הוא מאבד את עגלת הקניות שלו ואינו מוגדר כמבקר.
3. **רישום למערכת המסחר:** אורח יכול להרשם ע"י מסירת פרטים מזהים ייחודיים. בסיום תהליך רישום מוצלח האורח נרשם במערכת כ**מנוי**. עדיין, בשעת ביקור, על מנת לקבל מעמד של מנוי, עליו להיכנס באופן מזהה.

4. כניסה מזוהה (login) לשוק: מתבצעת באמצעות הפרטים המזהים. בסיום תהליך כניסה מוצלח המשתמש מזוהה כמבקר-מנוי.

2. פעולות קנייה של מבקר-אורח:

1. **קבלת מידע** על חנויות בשוק ועל המוצרים בחנויות.
2. **חיפוש מוצרים** ללא התמקדות בחנות ספציפית, לפי שם המוצר, קטגוריה או מילות מפתח. כמו כן, ניתן לסנן את התוצאות בהתאם למאפיינים כגון: טווח מחירים, דירוג המוצר, קטגוריה, דירוג החנות וכד'.
3. **שמירת מוצרים** בסל הקניות של הקונה, עבור חנות כלשהי.
4. **בדיקת תכולת** עגלת הקניות וביצוע שינויים.
5. **רכישת עגלת הקניות**, בהתאם לסוגי הרכישה וההנחה האפשריים לאורחים, על פי מדיניות הקניה וההנחה של חנויות, ועל פי הזמינות במלאים של החנויות.

3. פעולות קנייה של מבקר-מנוי:

מנוי המבקר בשוק וביצע כניסה מזוהה (login) יכול לבצע כל פעולת קנייה שאורח יכול לבצע – פעולות 2.1-2.5 של אורח. כמו כן, מנוי-מבקר יכול לבצע את פעולת היציאה (1.2) עם ההבדלים הבאים:

- יציאה של מנוי, מפסיקה את ביקורו בשוק, כמו יציאה של אורח. אבל, מנוי לא מאבד את עגלת הקניות שלו עם יציאתו מהשוק. עגלת הקניות שלו נשמרת גם לביקורים עתידיים.
1. **ביטול זיהוי (logout):** עם ביטול הזיהוי הקונה (מנוי-מבקר) חוזר להיות אורח. עגלת הקניות נשמרת עבור המבקר, עם היזדהותו כמנוי.
 2. **פתיחת חנות:** מנוי של השוק יכול לפתוח חנות, ולהיות מייסד/פותח החנות (בעל החנות הראשון).
 3. **כתיבת ביקורת** על מוצרים אותם רכש.
 4. **דירוג מוצר וחנות** עבור רכישות אותן המנוי ביצע.
 5. **שליחת שאלות/פניות (הודעות) לחנות.**
 6. **הגשת תלונה** למנהלי השוק אודות רכישה שבוצעה במקרה של הפרת אילוף יושרה.
 7. **קבלת מידע על היסטוריית רכישות אישית.**
 8. **קבלת מידע ושינוי פרטים מזהים.**
 9. **אבטחת רישום למערכת המסחר:** מנוי יכול לבקש לשדרג את רמת הבטיחות של המנוי שלו באמצעות אמצעי אבטחת פרטיות, כמו שאלות מזהות.

4. פעולות של מבקר-מנוי בתפקידו כבעל חנות:

1. **ניהול מלאי:** בעל-חנות יכול לנהל את מלאי המוצרים של חנות שבבעלותו. ניהול מלאי כולל הוספה והסרת מוצרים, ושינוי פרטיהם.
2. **שינוי סוגי וכללי (מדיניות) קניה והנחה של חנות:** בעל-חנות רשאי להגדיר ולשנות את סוגי הרכישה וההנחה האפשריים בחנות שבבעלותו, ואת מדיניות הקניה וההנחה עבור מוצרים בחנות.
- אילוץ:** כללי הרכישה של חנות לא סותרים אילוצי עקיבות (consistency) שנקבעו על ידי המייסד.
3. **קביעת אילוצי עקיבות עבור חנות:** מייסד-חנות יכול לקבוע אילוצים לגבי כללי הרכישה וההנחה בחנות שפתח. למשל, מייסד החנות יכול לקבוע שאין כללי רכישה סותרים מבחינת כמות הקנייה (למשל, רכישה חייבת לכלול פחות מ- x מוצרים וגם יותר מ- x מוצרים).
4. **מינוי בעל-חנות:** בעל-חנות רשאי למנות מנוי של השוק (שעדין איננו בעל-החנות) לבעל-חנות נוסף. למנוי שמונה לבעל-חנות חדש יש זכויות של בעל-חנות לגבי מדיניות וניהול החנות.
- הערה:** לבעל-חנות יש לכל היותר ממנה יחיד, ולפחות החנות אין ממנה. לא ניתן לחזור ולמנות בעל-חנות, עם ממנה נוסף. מבנה המינויים של בעלי חנות איננו מעגלי.
5. **הסרת מינוי בעל-חנות:** בעל-חנות רשאי להסיר מינוי של בעל-חנות שמונה על ידו בעבר. הסרת מינוי של בעל-חנות גוררת הסרת כל המינויים של בעלי ומנהלי החנות שמונו על ידו.
6. **מינוי מנהל-חנות:** בעל-חנות רשאי למנות מנוי של השוק (שעדין איננו מנהל או בעל החנות) למנהל החנות. למנהל-חנות יש ממנה יחיד, שהוא אחד מבעלי החנות. למנהל שמונה יש רק הרשאות לקבלת מידע – 4.12, 4.13.
7. **שינוי הרשאות של מנהל-חנות:** בעל-חנות רשאי לקבוע ולשנות את אפשרויות הניהול עבור מנהל שהוא מינה. לכל מנהל ניתן להגדיר הרשאות נפרדות.
8. **הסרת מינוי של מנהל-חנות:** בעל-חנות רשאי להסיר מינוי של מנהל-חנות שמונה על ידו בעבר.
9. **סגירת חנות:** מייסד-חנות רשאי לסגור חנות שפתח. כאשר חנות נסגרת היא הופכת לא פעילה. משתמשים שאינם בעלי החנות או מנהלי מערכת המסחר אינם יכולים לקבל מידע על חנות סגורה (לא פעילה). בעלי ומנהלי חנות שנסגרת מקבלים התראה על סגירתה, אבל המינוי שלהם לא נפגע.
- אילוץ:** המוצרים של חנות לא פעילה אינם כלולים בתוצאות של חיפוש מוצרים בשוק.

10. **פתיחת חנות שנסגרה:** מייסד-חנות יכול לפתוח חנות שסגר בעבר. בעלי ומנהלי חנות שנפתחה מחדש מקבלים על כך התראות.

11. **בקשה למידע על תפקידים בחנות:** בעל-חנות יכול לבקש ולקבל מידע על בעלי התפקידים בחנות שבבעלותו, ואילו הרשאות יש למנהלים.

12. **קבלת מידע ומתן תגובה:** בעל-חנות יכול לקבל מידע ולהגיב לפניות/שאלות משתמשים.

13. **קבלת מידע על היסטוריית רכישות בחנות.**

הערה: היסטוריית הרכישות חייבת להיות אדישה לשינויים החלים בשוק, כגון: הסרת מוצר, שינוי תיאור מוצר ושינוי מחיר מוצר.

5. **פעולות של מבקר-מנוי בתפקידו כמנהל חנות:** רשאי לבצע פעולות ניהול בחנות בהתאם להרשאות שניתנו לו מבעל החנות שמינה אותו.

6. **פעולות של מבקר-מנוי בתפקידו כמנהל מערכת המסחר:**

1. **סגירת חנות לצמיתות:** מנהל של השוק רשאי לסגור חנות לצמיתות. סגירה לצמיתות גוררת התראות לבעלי ומנהלי החנות וביטול המינויים שלהם.

2. **ביטול (הסרת) מנוי של השוק:** מנהל של השוק יכול לבטל מנוי של מערכת המסחר. ביטול המנוי גורר ביטול כל התפקידים של המנוי בשוק.

3. **קבלת מידע ומתן תגובה:** מנהל של השוק יכול לקבל מידע ולהגיב לתלונות מנויים ולשלוח הודעות למוכרים וקונים.

4. **קבלת מידע על היסטוריית רכישות בחנות:** מנהל של השוק יכול לבקש ולקבל מידע על היסטוריית רכישות של קונים וחנויות.

5. **קבלת מידע על התנהלות המערכת:** מנהל של השוק יכול לקבל מידע על אופן התנהלות מערכת המסחר, כמו קצב כניסה ויציאה של קונים, קצב קנייה של מוצרים ורישום של מנויים.

דרישות רמת שירות – Service-Level Requirements

דרישות של רמת שירות מתייחסות לדרישות לא פונקציונליות המתארות את איכות השירות וההסכמים לגביו. הדרישות מתארות הסכם בין הלקוח למספק השירות, בנוגע להיבטים שונים של איכות המוצר כגון זמינות, אבטחה ושימושיות. דרישות רמת שירות מורכבות משלושה גורמים:

- **מטרות – Service Level Objectives (SLO):** איפיון מטרה של שירות, כמו תגובת-מערכת מהירה.
- **מדדים – Service Level Indicators (SLI):** כימות מטרה של שירות, כמו מדד כמותי לתגובת-מערכת.
- **הסכם – Service Level Agreement (SLA):** הסכם לגבי השגת מטרה של שירות, למשל אחוז המקרים שבהם המטרה מושגת.

הדרישות הכלליות ברמת השירות של מערכת המסחר הן כדלהלן:

1. עקביות: מערכת המסחר שומרת על קיום אילוצי הנכונות בכל תקופת הזמן שבה היא פועלת.

בפרט, פתיחת שוק (איתחול) מייצרת מערכת מסחר המקיימת את האילוצים, ובסיום כל פעולה, עקביות המערכת לא מופרת.

2. פרטיות: פרטי זיהוי ייחודיים של מנויים אינם חשופים ואינם ניתנים לשחזור. השוק מבטיח את פרטיות המשתמשים.

3. אבטחה: מערכת המסחר דואגת לאבטחה של נתונים ופעילות השוק. לדוגמה, המערכת מסוגלת להתמודד עם ניסיונות לשבש את פעולתו התקינה של השוק.

4. חווית משתמש: מערכת המסחר מנסה ליצור חווית משתמש טובה בכדי לגרום למשתמשים להמשיך ולבקר בשוק. חווית משתמש תלויה בפרמטרים שונים, כמו:

1. זמן תגובה. המדדים הכמותיים לזמן תגובה הם תלויי הקשר (ישנם מחקרים רבים על כיצד משתמשים מגיבים לזמני תגובה שונים, [לדוגמה](#)) ועליהם להישמר גם ברגעי עומס של המערכת.

2. עזרה בטיפול בטעויות נפוצות.

3. ממשק משתמש שהוא נוח לשימוש (גם במקרה זה ישנם מחקרים רבים על אילו תכונות נדרשות מממשק על מנת לספק חווית משתמש טובה, [לדוגמה](#)).

4. ממשק משתמש התואם את התפקיד (role) שבגינו נכנס המבקר לשוק – אורח, מבקר-מנוי, בעל/מנהל-חנות, מנהל-מערכת. ממשק צריך לאפשר למבקר לבצע רק את הפעולות שהוא מורשה אליהן, בהתאם לתפקיד ולהרשאות שלו.

5. **קיבול (load), עומס (stress) וזמינות (availability):**

מערכת המסחר מאפשרת (בכפוף למשאבים):

1. מספר לא מוגבל של מבקרים בו זמנית.
2. מספר לא מוגבל של חנויות ומוצרים.
3. התמודדות עם פעולות בעומס גבוה.
4. זמינות ונגישות תמידית (למעט פעולות סגירה יזומות). למשל, תוך כדי פעולות תחזוקה והחלפת שירותים.

6. **חסינות (robustness):** מערכת המסחר צריכה להיות עמידה בפני מקרי קיצון. לדוגמה,

עומס של פעולות תובעניות, תקשורת לא עובדת, ניתוק קשר עם שירותים חיצוניים.

7. **התאוששות מתקלות (recovery):** מערכת המסחר מאפשרת חזרה לפעילות רגילה

לאחר תקלות או מקרי קיצון.

8. **שמירה של נתונים ומידע לאורך זמן (persistency):** מצב המערכת צריך להיות

ניתן לשחזור לאחר סגירה (יזומה או בלתי יזומה).

9. **מעקב:** המערכת מאפשרת מעקב אחר פעולות ותקלות.

1. מידת ואיכות האינפורמציה השוטפת על פעולת המערכת.
2. יכולת לעקוב אחרי שגיאות שהתרחשו, רצוי בזמן אמת, ולאפשר מעקב ותחקירים.

נספח: מושגים

1. משתמשים במערכת:

משתמש הוא מונח כללי עבור קליינט של השוק.

מנוי הוא משתמש שנרשם בשוק.

מבקר הוא משתמש שנכנס לשוק.

מנוי יכול לשמש בתפקידים שונים בשוק. למשל, פותח-חנות, בעל-חנות, מנהל-חנות, מנהל

מערכת. כמו כן, מנוי יכול להיות ממנה של מנוי אחר לתפקיד כלשהו.

מוכר הוא מונח כללי לתפקידים של פותח-חנות, בעל-חנות או מנהל-חנות.

מבקר בשוק, עם כניסתו, הוא **מבקר-אורח (בקיזור אורח)**. אם הוא מזדהה כמנוי אז הוא

במעמד של **מבקר-מנוי**.

כל מבקר בשוק הוא **קונה** – יכול לבצע פעולות קנייה.

2. סוגי רכישה (קנייה):

ישנן מספר אפשרויות לרכישת מוצרים בחנות. ניתן למכור מוצרים שונים בסוגי רכישה

שונים כל עוד סוג הרכישה מתאפשר ע"י מדיניות הקנייה.

1. **קנייה מידית:** הקונה נדרש לשלם את הסכום הנקוב במוצר על מנת לקנות אותו באופן

מידי.

2. **הגשת הצעת קנייה (bid):** הקונה מציע מחיר עבור מוצר של חנות. בעלי החנות או

מנהלי-חנות שהם בעלי הרשאות מתאימות, יכולים:

i. לקבל את הצעת הקונה, כלומר לאפשר רכישה של המוצר במחיר שהוצע.

במקרה זה, כל בעלי החנות נדרשים לאשר את המחיר החדש.

ii. לדחות את הצעת הקונה.

iii. להציע הצעה נגדית.

- הרכישה מתאפשרת רק לאחר קבלת ההסכמה של כל בעלי החנות.

- בעלי/מנהלי חנות מקבלים התראת זמן-אמת על כל הגשה של הצעת קנייה.

- בעלי חנות יכולים לבדוק את מצב אישורי ההצעות.

- הקונה מקבל התראת זמן-אמת אם הצעתו מתקבלת או נדחית. אם הקונה הוא

מנוי ואינו מבקר בשוק בעת קבלת/נדחית ההצעה, ההתראה נדחית לכניסתו באופן

מזוהה.

3. **מכירה פומבית:** היוזם לפעולת רכישה זו היא חנות, שמפרסמת הצעת מחיר התחלתי למוצר ומשך מכירה. כל עוד המכירה לא הסתיימה, מנויים (המבקרים בשוק) יכולים להגיש הצעות עבור מוצר. רק הצעות גדולות יותר ממחיר הצעה ההתחלתי ומכל ההצעות הקודמות שהוגשו יתקבלו. במשך המכירה המנויים יכולים לראות את המחיר ההתחלתי, שווי ההצעה הגבוהה ביותר ואת משך הזמן הנותר למכירה הפומבית. בתום תקופת המכירה הפומבית, המוצר נמכר למנוי שהציע את ההצעה הגבוהה ביותר. אם אף מנוי לא הגיש הצעה חוקית המוצר לא נמכר.

4. **קנייה בהגרלה:** היוזם לפעולת רכישה זו היא חנות, שמפרסמת מחיר מוצר ותקופת מכירה. באפשרות קניה זו, המנויים רוכשים סיכויי זכייה במוצר. כל מנוי רשאי לקנות סיכויי זכייה בכל סכום בתנאי שסך התשלומים מכלל המשתתפים בהגרלה לא עובר את מחיר המוצר. כאשר סך התשלומים מגיע למחיר המוצר נערכת הגרלה, שבה סיכויי הזכייה של כל מנוי הם בהתאם למחיר אותו שילם, והמנצח בהגרלה מקבל את המוצר. אם נגמרה תקופת המכירה וסך התשלומים לא הגיע למחיר המבוקש, המוצר לא נמכר והכסף מוחזר לקונים.

3. מדיניות רכישה (קניה):

מדיניות קניה מגדירה מי רשאי לקנות מוצרים בחנות, מהם מסלולי הרכישה האפשריים, ומהם הכללים החלים עליהם. למשל, מינימום פריטים למוצר ברכישה. מדיניות קניה מוגדרת עבור חנות ויכולה לחול על מוצרים או על לקוחות או על שניהם.

4. סוגי הנחה:

יש מספר סוגי הנחות אפשריים:

1. **הנחה גלויה:** מורכבת מאחוז הנחה ומשך הנחה, ויכולה להתייחס למוצר אחד, קבוצת מוצרים, או לחול על כלל המוצרים בחנות. במהלך תקופת ההנחה, מחיר המוצר(ים) עליו חלה ההנחה, מוצג לקונים לאחר הנחה, כאשר בנוסף, הקונים רואים גם את המחיר המקורי ואת מועד סיום ההנחה.

2. **הנחה מותנית:** מורכבת מאחוז הנחה, משך הנחה, ותנאי לקבלת ההנחה. בדומה להנחה גלויה, גם הנחה זו מוצגת לקונים, אך מגדירה תנאים בהם צריך לעמוד כדי לקבל את ההנחה. לדוגמה: 20% הנחה אם קונים מוצר x ו-30% הנחה ברכישת המוצרים x ו-y יחדיו.

3. הנחה נסתרת: מורכבת מאחוז הנחה, משך הנחה, וקוד הנחה. בניגוד לסוגי ההנחות הקודמות, הנחה זו אינה גלויה לקונים. קונה יכול להזין קוד הנחה במעמד הקניה, ואם קוד ההנחה בתוקף ומוגדר עבור המוצר, הקונה מקבל את ההנחה הנקובה.

5. מדיניות הנחה:

מדיניות הנחה מגדירה מי רשאי לקבל הנחה, מהם סוגי ההנחה, ומהם הכללים החלים עליהם. למשל, מינימום עלות לקנייה כוללת. מדיניות הנחה מוגדרת עבור חנות ויכולה לחול על מוצרים או על לקוחות או על שניהם.