**Usnesení k webům na míru a eshopu**

V posledních dnech probíhala intenzivní komunikace mezi mnou a Davidem k webům na míru, možnosti vytvoření eshopu a možné reorientaci Meediasu ve vztahu k tomu. Usnesli jsme se na následujícím.

Meedias se zabývá výrobou revolučního produktu v oblasti systémů pro správu obsahu. Revolučnost spočívá ve třech postulátech Meediasu, kterými jsou:

* **rychlost**
* **bezpečnost**
* **flexibilita**
* **monetizace**

Každý z těchto bodů je v provedení Meediasu představen poprvé. Rychlost, bezpečnost a monetizace jsou vestavené charakteristiky, jichž dosahujeme díky centrálnímu serveru a promýšlenému systému reklam. Flexibilita se dosahuje pomoci takřka bezlimitní mřížky. Každý z těchto postulátů vznikl našimi nápady, a proto se stanovuje, že každý produkt, který nabízíme, musí je mít v sobě, a z této filosofie neustoupíme. Právě tyto 4 body jsou naším **neměnným krédem a definici Meediasu**.

Poslední události nabrali nečekaný spad. Díky úspěšné a svižné výrobě webu pro šachový klub, která nám může zajistit prezentaci, jsme se usnesli, že začneme s weby na míru. To podněcuje otázku, jak měníme zaměření projektu, uvedené na nynějším landingu – „Dostupné zpravodajské servery bezpečně a pro všechny“. Tato otázka je tím spíš aktuální, když naší další zakázkou má být eshop, který má se zpravodajskými servery málo společného.

Hledali jsme řešeni. Po analýze situace jsme

* zaprvé, dospěli k názoru, že úsilí, vynaložené na tvorbu eshopu, **nestojí za jednorázovou výrobu**
* zadruhé jsme si však ujasnili, že eshopy jsou **mnohem perspektivnějším zaměřením, než mediální weby**
* zatřetí jsme se shodli na tom, že tvorba eshopu napomůže zajištění monetizace – jakožto jednoho ze 4, a **možná nejdůležitějšího pro funkčnost celého Meediasu**, postulátů.

První zjištěný bod v praxi znamená, že nemá smysl se pouštět do eshopu, dokud není jisté, zdá na něj dostaneme zakázku.

Druhý bod znamená, že pokud zakázku dostaneme a **vykonáme ji včas, tedy v červnu** – otevře nám to nový a velmi profitabilní trh, a tedy by dávalo smysl ji upřednostnit před zpravodajským CMS.

Zjistili jsme časový problém v realizaci. Pokud bychom pokračovali v nynějším plánu komplikované zpravodajské struktury, rolí a tasků, nemohli bychom stihnout případnou zakázku včas. Pro řešení bylo potřeba objevit průnik – v CMS pro zpravodajství, které vyrábíme, webech na míru, které chceme nabídnout, a eshopu – který by zatím šel vyplnit, dokud nezískáme jistotu zakázky. Tím **průnikem je MVP redakčního systému**, který nevyžaduje jasnou orientaci.

Důvody, proč je to průnik, jsou jasné: při výrobě webů na míru se nechceme zdržovat backendovými změnami a chceme dělat pouze templaty, zároveň klient musí mít pocit, že spravuje dopracovaný redakční systém. Dopracovaný v takové podobě, že by potom šel rozšiřovat pro eshopy a zpravodajství.

To znamená, že redakční systém musí být osekaný, jednoduchý, ale v tom svém dopracovaný a pěkný. **Bude použit pro další vývoj všech produktů.**

Náš plán je: k Valné hromadě klubu v dubnu zveřejníme nový landing, kde nabídneme weby na míru. Do ty doby musíme mít tento MVP redakčního systému - bez rolí, tasků, etc. - ale s jasnou a zdánlivě kompletní strukturou.

Co musí být splněno **do Valné hromady**, minimum, které mě napadlo:

**Na backendu a frontendu:**

1. **správa uživatelů (!!!)** – vytvoření „globálního interního frontendu“, kam se může přihlásit vlastník instance, správa (přidávání uživatelů, odstraňovaní uživatelů do projektu) vlastníkem instance
2. zapisování autora článků, stránek, **historie autorů tvorby článku/stránky s časy**
3. nahrávání souborů
4. kategorie
5. stránky (ne články) – místo modálů, aby je uživatel mohl editovat
6. **error kody (!!!)** – to už je dlouho
7. nastavení uživatele – změna jména, profilovky

**Na backendu:**

1. rozpracování systému monetizace pro reklamy (označme 1. systém monetizace, druhý je pro eshop) – bude využito jak pro weby na míru, tak pro eshopy, tak zpravodajství
2. rozpracování evidence plateb 1. systému monetizace

**Na frontendu**

1. textový editor

1. mřížka, aby byl dokončen MVP CMS s nějakým výstupem mimo templaty
2. celkové doladění redakčního systému, aby tam nezbývala jasně nedodělána a prázdná místa (i na mně)
3. překlady všeho do češtiny (i na mně)
4. landingy

V podstatě je to příprava na spuštění Meediasu, takže stejně musíme uvést do práce všechny poddomény a spustit Postmana, případně provést nějakou další optimalizaci.

V průběhu tohoto období budou provedena některá jednání k eshopu - a pokud bude stoprocentně jisté:

* představíme v dubnu weby na míru
* zaměříme se pak pouze na eshopy, abychom jej k červnu stihli
* poté dopracujeme eshopy jako produkt – upřednostníme eshop CMS a eshopy na míru před zpravodajstvím, které bude cílem pro cca začátek Q3, a celkové CMS pro cca Q4