YETI ELECTRONICS

Miejsce działalności : hurtownia na przedmieściach Krakowa ul. Józefa 56, sklep stacjonarny usytuowany w Galerii Krakowskiej przy ulicy Pawia w Krakowie

Rodzaj działalności : opiera się na imporcie nowego sprzętu komputerowego oraz sprzętu powystawowego wraz z jego sprzedażą, dystrybucją i wsparciem technicznym

Forma prawna : Spółka Z O.O.

Opis Firmy

Firma swoją działalnością obejmuje obszar małopolski, lecz głównie spółka koncentruje się na Krakowie oraz jego okolicach;

Firma działa w branży elektronicznej w której konkuruje z trzema mniejszymi hurtowniami oraz licznymi sklepami firmowymi np. „Komputronik”, „Saturn”, „X-KOM”. Yeti Electronic działa w bardzo konkurencyjnej branży, co wymaga ciągłego nakładu pracy, nowości technicznych, wieloobszarowego marketingu, łączącego tradycyjny zakup sprzętu poprzez wizytę w sklepie, ale również Yeti oferuje swoim klientom składanie zamówień poprzez telefon, on-line. Wyróżniamy się serwisem producenckim oraz gwarancją door-2-door, którą klient może wykupić za niższą cenę niż u konkurencji. Dla stałych klientów biznesowych oferujemy korzystniejsze umowy, przetestowanie zamówionego sprzętu.

Spółka współpracuje z dwoma rodzajami klientów; z klientelą indywidualną oraz klientelą biznesową. Klientami indywidualnymi zajmuje się sklep stacjonarny. Oddział w Galerii Krakowskiej zajmuje się sprzedażą stacjonarną oraz przyjmuje zamówienia telefoniczne jak i on-line. Hurtownia Yeti jest skoncentrowana na współpracy z klientami biznesowymi (właścicielami sklepów, większe firmy wykorzystujące zasoby komputerowe).

Kluczowym dla funkcjonowania firmy jest bardzo dobra współpraca z partnerami biznesowymi; Fedex; DHL, które oferują transport lądowy między hurtownią-sklepem-klientem oraz transport lotniczy pomiędzy fabrykami ze wschodniej Azji np. SAMSUNG, ASUS, HP, a hurtownią Yeti Electronics.

Jednymi z najważniejszych problemów z którymi firma musi poradzić są; odległość między fabrykami, a hurtownią firmy, co wpływa na terminowość dostaw, awaryjność sprzętów w transporcie, ceny sprzętu komputerowego są uzależnione od obowiązujących kursów walut. Niedobór wykwalifikowanych pracowników na rynku pracy. Zapewnienie ochrony danych osobowych klientów zgodnie z ustawą, co wiąże się z dodatkowym kosztem zabezpieczenia baz danych. Firma korzysta z usług biura księgowego MPilch , Kraków . Firma oferuje prowadzenie ksiąg oraz rozliczanie podatków z urzędami państwowymi.

Studium wykonalności

Określenie celów :

Finansowe: Średni kwartalny zysk w wysokości 50 tys.pln. Utrzymanie kosztów dystrybucji na dotychczasowym poziomie 10 tysięcy pln. Zmniejszenie kosztów transportu do poziomu 15% kosztów ogólnej dystrybucji poprzez zawarcie umów trzyletnich z nowymi partnerów biznesowych oferujących umowy korzystniejszych warunkach UPC, FEDEX, PocztaPolska

Operacyjne : . Rozszerzenie rozpoznawalności marki na całą Polskę poprzez przeznaczanie 50% zysków kwartalnych na reklamę z użyciem billboardów, gazet, radia, ulotek, telewizji oraz reklam na portalach społecznościowych. Utrzymanie czystości magazynu poparzez zatrudnienie dodatkowego dwóch pracowników sprzątających. W dalszej perspektywie budowa nowych hurtowni w województwach śląskim i świętokrzyskim. Rozszerzenie sieci sklepów stacjonarnych poprzez wynajem lokali w centrum w Krakowie , Katowicach , Kielcach .

Rynkowa: Wpływ działalności firmy na sąsiednie województwa głównie woj. śląskie. Zagarnięcie co najmniej 30% udziału w pierwszym roku działalności firmy. Dostosowanie oferty do potrzeb klienta przez umieszczenie ankiety na stronie internetowej. Poprawa kontaktu z klientami poprzez bezpłatną infolinię .

Cele Projektu

Cele firmy :

Na początku działalności firmy utrzymanie kwartalnego zysku firmy na poziomie 50 tys , złotych . W następnych latach działalności zwiększenie zysku o około 10% rocznie.

## W celu zapewnienia odpowiednich zysków sprzedaż powinna wynieść :

-Komputery około 4000 sztuk

-Notebooki około 4000 sztuk

-Klawiatury około 10000-15000 sztuk

-Myszki około 10000-15000 sztuk

-słuchawki około 100000 sztuk

-Monitory 6000 sztuk

-Głośniki 9000 sztuk

-pamięć zewnętrzna 15000 sztuk

Cele projektu : Czas od przyjęcia zamówienia do jego realizacji nie może przekroczyć 48h

. Dostosowanie formy płatności do potrzeb klientów , zapewnienie klientom komfortowych sposobów płatności:

-płatność zwykłym przelewem bankowym.

-przelew internetowy

-płatność przy odbiorze

Cele Si :

## Celem systemu informacyjnego będzie zbieranie danych na temat stanu magazynu , stanu sklepu stacjonarnego oraz kadry pracowniczej. Kolejną funkcją będzie gromadzenie danych na temat klienta i jego preferencji o najczęściej wybieranych przez niego produktach . Następną funkcją systemu informacyjnego będzie wyszukiwanie informacji i przetwarzanie ich pod względem :

- Ilości zamawianych produktów do hurtowni z fabryk, rodzaju produktu , miejsca w magazynie na zamówione produkty.

-Określenia zarobków poszczególnych pracowników na podstawie ich kwalifikacji, rodzaju wykonywanej przez nich pracy.

-Wymiany ekspozycji w sklepie stacjonarnym na nowe produkty.

Kolejnym celem naszego SI będzie komunikacja między podsystemem zarządzania , który podejmuje decyzje odnośnie organizacji pracy w hurtowni, przyjmowaniu zamówień hurtowych a podsystemem wykonawyczym który, bezpośrednio w celu realizacji podstawowych zadań produkcyjnych (usługowych).

Definicja ograniczeń :

Organizacyjne : Z racji tego że firma ma dopiero powstać , zakładamy rozwinięcie współpracy z firmami zajmującymi z reklamą [www.twojareklama.pl](http://www.twojareklama.pl) oraz zatrudnienie personelu sprzątającego z urzędu pracy .

Techniczne : wdrożenie systemu informacyjnego na komputerach , magazyn o powierzchni 1000m2 musi być regularnie czyszczony , natomiast komputery użytkowane w sposób zapewniający długotrwałe działanie .Utrudniona komunikacja z zaopatrzeniowcami z powodu barier językowych .

Finansowe : Planowany wynajem magazynu będzie wiązał się z kosztem blisko 30000zł , konieczne będzie zaciągnięcie kredytu ponieważ kapitał zakładowy nie wystarczy na pokrycie w 100% kosztów .Koszt przewalutowania ciągle się zmienia . Koszty związane z transportem międzykontynentalnym będą wynosić 10 tys zł w skali roku ,

Koszt wdrożenia SI nie może przekroczyć kwartalnego zysku firmy.

Czasowe : Czas wdrożenia systemu informacyjnego nie może przekroczyć 6 msc , czas szkolenia pracowników nie może przekroczyć 6 msc ,

Wiedzy , umiejętności , podejścia ludzi :

brak odpowiednio przeszkolonej kadry pracowniczej pod względem korzystania z systemu informacyjnego . Konieczność zatrudnienia nowego personelu do obsługi klienta (Call-center)

Prawne :

Zapewnienie ochrony danych osobowych klientów zgodnie z ustawą , zapewnienie możliwości zwrotu towaru bądź pieniędzy do 14 dni w przypadku niezadowolenia klienta .

Polityczne : Możliwość sankcji gospodarczych na import produktów z Azji wschodniej.

Określenie wykonalności projektu :

Projekt jest wykonalny . Wymaga zaangażowania pracowników . Firmę pod względem finansowym stać na wdrożenie projektu . Pod względem technicznym projekt jest wykonalny . Przedstawione cele są osiągalne w ramach ograniczeń prawnych

***Określenie wykonalności projektu (propozycje i rozwiązania)***

Organizacyjne : Zatrudnienie personelu z urzędu pracy nie powinno stwarzać większego problemu , natomiast kontakt z firmą zajmującą się reklamą powinien być na rozpoczęty wraz z wejściem firmy na rynek.

Techniczne:

Zagospodarowanie hurtowni w potrzebny sprzęt; półki, ksero, telefony, faks. Zatrudnienie wykfalifikowanych magazynierów, zatrudnienie wykształconych pracowników sklepów. Regularne prace techniczno-konserwacyjne dotyczące stanu czystości hurtowni jak i również prace związane z konserwacją komputerów. Zorganizowanie kursu językowego dla personelu celem umożliwienia kontaktu z przedsiębiorcami oraz firmami dostawczymi.

Finansowe : Przeprowadzenie analizy rynku finansowego . Zaciągnięcie korzystnego kredytu, możliwość pobrania dotacji wspierających rozwój firmy. Rozważane jest również nawiązanie kontaktu z możliwymi inwestorami.

Czasowe: Wraz z rozwojem firmy i zwiększaniem kompetencji pracowników , wysyłki powinny być realizowane szybciej a czas wdrożenia systemu (uwzględniając zaangażowanie pracowników nie powinien przekroczyć 6 msc).

**Wiedzy, umiejętności i podejścia ludzi :**

Prowadzenie szkoleń i spotkań organizacyjnych z kierownikami poszczególnych działów powinno odpowiednio zmotywować pracowników .

Prawne : Konieczność zatrudnienia pracownika zajmującego się bezpieczeństwem baz danych .

Polityczne : Ciągła analiza posunięć obecnego rządu w celu uniknięcia sankcji .Na szczególną uwagę zasługuje rynek podróbek .

Konkluzje :

Tworząc system trzeba uwzględnić przejrzystość informacji oraz liczne ułatwienia w korzystaniu z niego . Należy poinformować pracowników o planowanym wdrożeniu nowego systemu informacyjnego . Podać planowaną datę wdrożenia oraz ustalić terminy szkoleń . W ramach motywacji pracowników uwzględnienie dodatków do pensji .

Analiza potrzeb informacyjnych :

**Finansowe:**

Uwzględnienie zysku netto, budżetu firmy, sporządzanie prognoz finansowych, przewidywanie kosztów operacyjnych , potrzeba rejestracji faktur w celu ustalenia terminu płatności , ewentualnych zaległościach w terminach płatności oraz egzekwowanie win

**Zasoby ludzkie:**

Potrzeba uzyskania informacji o pracownikach na temat wykształcenia i doświadczenia pracowników, ustalenie ilości pracowników, informacje na temat wynagrodzenia pracowników, uwzględnienie kosztów ochrony zdrowia pracowników, szczególnie magazynierów,

**Produkty:**

Zapas komputerów, ustalenie kwartalnej ilościowej sprzedaży komputerów, wady produktów, ustalenie kosztów wielkości dostaw, dopasowanie zapasów do potrzeb klienta, ustalenie kosztów/jakości sposób dostawy,

**Serwis i wspomaganie:**

Lista naprawionych produktów, lista zgłoszeń usterek oraz wprowadzanie danych tj. średni czas naprawy

Informacje:

Powodzenia naprawy, liczby reklamacji na dany produkt

Utworzenie baz danych dotyczących

**1. Przechowywanego sprzętu komputerowego;**

- komputery stacjonarne (marka, model, cena, rok produkcji, stan na magazynie, parametry)

- notebook’i (j/w)

- myszki komputerowe (cena, marka, model, ilość DPI, stan na magazynie)

- klawiatury (rodzaj, cena, model, marka, stan na magazynie)

- słuchawki (cena, model, marka, stan na magazynie, z mikrofonem lub bez)

- głośniki (cena, model, marka, rodzaj, stan na magazynie, moc)

- monitory (rodzaj, model, cena, marka, stan na magazynie, przekątna ekranu, rozdzielczość)

- Pamięć zewnętrzna (rodzaj, model, cena, marka, stan na magazynie, pojemność);

**2. Przechowywania danych marketingowych;**

- przechowywanie informacji dotyczących najczęściej wybieranych marek;

- najczęściej wybierany przedział cenowy,

- który produkt posiada najwięcej zwrotów

**3. Przechowywanie danych o klientach;**

- Klienci indywidualni (imię, nazwisko , pesel , id produktów , id zamówienia, e-mail,adres klienta , telefon )

-Klienci biznesowi (NIP , regon, typ klienta (sklepy) , e-mail, id\_produktu, id zamówienia, adres firmy, telefon )

**4. Przechowywanie danych o transakcjach ;**

**-** data zamówienia

- data wysyłki

- data odbioru

- wartość zamówienia

- rodzaj płatności

**5. Przechowywanie informacji o zwrotach**

**-**przyczyna zwrotu

-stan napraw

-data zwrotu

-przybliżony czas realizacji naprawy

6. Przechowywanie informacji na temat rabatów

- data zakupu

-id zamówienia

-wartość rabatu

-id klienta

Analiza problemów:

- Utrata znacznej ilości danych klientów, informacji przez losowe czynniki.

Firma traci dane klientów, bazę dostępnych produktów poprzez zagrożenia płynące z zewnątrz np. wirusy oraz zagrożenia płynące z wewnątrz; brak kompetencji, usterka przy pracy pracownika.

**Alternatywne rozwiązania**:

1. Cotygodniowe tworzenie kopii zapasowych bazy danych kontrahentów, klientów biznesowych, ankiet, danych personalnych
2. Zatrudnienie przeszkolonego pracownika odpowiedzialnego za bezpieczeństwo danych klientów, informacji.

**Proponowane rozwiązanie:**

Proponowanym rozwiązaniem jest cotygodniowe tworzenie kopii zapasowych bazy danych; jest to rozwiązanie tańsze, mniej obciążające budżet firmy.

**- Problem w dostawie towaru do klienta z czynników losowych**

Towar podczas dostawy do klienta uległ uszkodzeniu, firma mogła również dostać produkt wadliwy, nie działający.

Alternatywne rozwiązania:

1. Magazynowanie najczęściej sprzedawanych produktów, aby w razie awarii szybko wymienić produkt.
2. Zaoferowanie klientowi zamiany produktu na inny.
3. Klient czeka na produkt, ale w zamian dostaje 5% rabat na następny zakup produktu poniżej 1000 zł.

**Proponowane rozwiązanie:**

Proponowanym rozwiązaniem jest zaoferowanie klientowi zamiany produktu na inny. Firma w ten sposób nie traci dużych kosztów. Kolejnym korzystnym rozwiązaniem jest danie 5% rabatu klientowi na zakup produktu poniżej 1000 zł.

Opis logiki procesów

Składanie zamówienia przez klienta biznesowego wraz z udzieleniem rabatu i wyborem formy płatności :

IF (liczba zamówionych produktów > 50 ) IF

łączna wartość zamówionych produktów > 15000 THEN

przydziel rabat w wysokości 20%

IF (klient posiada zadłużenie >= 4000 zł)

THEN wysyłka towaru po przedpłacie

ELSE ( klient posiada zadłużenie <1500zł )

THEN wystaw fakturę długoterminową

ELSE (liczba zamówionych produktów > 25 ) IF

łączna wartość zamówionych produktów > 10000 THEN

przydziel rabat w wysokości 10 %

IF (klient posiada zadłużenie >= 2000 zł)

THEN wysyłka towaru po przedpłacie

ELSE ( klient nie posiada zadłużenia )

THEN wystaw fakturę długoterminową

ELSE (liczba zamówionych produktów =< 10 ) IF

łączna wartość zamówionych produktów > 5000 THEN

przydziel rabat w wysokości 5 %

IF wartość zamówionych produktów > 5000 THEN

wysyłka towaru po przedpłacie

ELSE wartość zamówionych produktów < 5000 THEN

wysyłka towaru za pobraniem

Ustalanie wartości rabatu dla klientów detalicznych posiadających kartę stałego klienta

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Łączna wartość zakupów na karcie stałego klienta >500zl | N | T | $ | $ | $ | $ |
| Łączna wartość zakupów na karcie stałego klienta >750z | \* | N | T | T | $ | $ |
| Łączna wartość zakupów na karcie stałego klienta >1000zl | \* | N | N | N | T | T |
| Ostatni zakup dokonany < 3 msc temu | N | N | N | T | N | T |
| Ogólny czas posiadania karty klienta > 3 msc | N | N | N | T | T | T |
| Rabat 0 % | X |  |  |  |  |  |
| Rabat 2% |  | X |  |  |  |  |
| Rabat 4% |  |  | X |  |  |  |
| Rabat 6% |  |  |  | X |  |  |
| Rabat 8% |  |  |  |  | X |  |
| Rabat 10% |  |  |  |  |  | X |

**Zasady przyznawania premii dla pracowników**

**Typ pracy Typ umowy Staż pracy Przyznawana premia**

**kwartalna**

Staż>16 msc 400zł

Staż<16 msc 100zł

Umowa o prace

Umowa o zlecenie Bez znaczenia 0zł

Umysłowa

Fizyczna Staż>9 msc 400zł

Umowa o prace

Staż<9 msc 100zł

Umowa o zlecenie

Staż>12 msc 200ł

Staż<12 msc 0zł

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Element Słownika | Kontekst | definicja | Wartości dopuszczalne | format |
| **Klienci** | Zbiór danych o klientach hurtownii | [Klient] |  |  |
| *Klient indywidualny* | Dane o kliencie detalicznym | @id\_klienta + imię+nazwisko +pesel +id produktów + id zamówienia+ e-mail+kod pocztow+miasto+ulica+nr domu+nr mieszkania+telefon |  |  |
| Id klienta | Indywidualny numer identyfikacyjny klienta |  |  | liczba |
| Imię | Imię klienta |  |  | tekst |
| Nazwisko | Nazwisko klienta |  |  | tekst |
| PESEL | Pesel Klienta |  | 11 cyfr | 00000000000 |
| Id\_produktów | Identyfikatory kupionych produktów |  |  | liczba |
| Id\_zamówienia | Identyfikator zamówienia złożonego przez klienta |  |  | liczba |
| e-mail | Adres poczty elektronicznej klienta |  |  | tekst |
| Kod pocztowy | Kod pocztowy miejscowości klienta |  |  | 00-000 |
| Miasto | Nazwa miasta gdzie mieszka klient |  |  | tekst |
| Ulica | Nazwa ulicy gdzie mieszka klient |  |  | tekst |
| Numer domu | Numer domu w którym mieszka klient |  |  | Tekst/liczba |
| Numer mieszkania | Numer mieszkania w którym mieszka klient |  |  | Tekst/liczba |
| Telefon | Numer telefonu klienta |  |  | 000-000-000 |
| *Klient biznesowy* |  | @ Id klienta + NIP +regon+typ klienta+ (sklepy) +e-mail+ id\_produktu+id zamówienia+adres firmy, telefon |  |  |
| Id klienta | Indywidualny numer identyfikacyjny klienta |  |  | liczba |
| NIP | Numer identyfikacji podatnika |  | 10 cyfr | liczba |
| Regon | Numer podmiotu gospodarki narodowej |  | 9 cyfr | liczba |
| Typ klienta | Rodzaj sklepu |  |  | tekst |
| e-mail | Adres email |  |  | tekst |
| Id\_produktów | Identyfikatory kupionych produktów |  |  | liczba |
| Id\_zamowienia | Identyfikatory zamówień złożonych przez klienta |  |  | liczba |
| Miasto | Nazwa w którym znajduje się sklep klienta |  |  | tekst |
| Ulica | Nazwa ulicy na której znajduje się sklep klienta |  |  | tekst |
| Kod pocztowy | Kod pocztowy miasta w którym znajduje się sklep klienta |  |  | 00-000 |
| Numer budynku | Numer budynku w którym znajduje się sklep |  |  | liczba |
| Telefon | Numer telefonu klienta |  |  | 000-000-000 |
| *Komputery stacjonarne* | Zawiera informację o komputerach stacjonarnych dostępnych w hurtowni | @marka+model+cena, rok produkcji+stan na magazynie+parametry |  |  |
| Cena | Cena komputera |  |  | zł |
| Marka | Nazwa marki komputera |  |  | tekst |
| Model | Kod modelu komputera |  |  | tekst |
| Rok produkcji | Rok w których sprzęt został wyprodukwany |  |  | rrrr |
| Stan na magazynie | Przechowuje informacje o liczbie komputerów na magazynie |  |  | liczba |
| *Parametry* |  | @Producent procesora+model procesora+ilość pamięci +rozmiar dysku+ producent karty graficznej+model karty graficznej |  |  |
| Producent procesora | Nazwa producenta procesora |  |  | tekst |
| Model procesora | Nazwa modelu procesora |  |  | tekst |
| Ilość pamięci | Ilość pamięci operacyjnej RAM |  |  | GB |
| Rozmiar dysku | Rozmiar dysku twardego |  |  | GB |
| Producent karty graficznej | Nazwa producenta karty graficznej |  |  | tekst |
| Model karty graficznej | Nazwa modelu karty graficznej |  |  | tekst |
| *myszki komputerowe* |  | @Cena+ marka+model+prędkość myszy + stan na magazynie |  |  |
| Cena | Cena myszki komputerowej |  |  | zł |
| Marka | Nazwa marki producenta myszki komputerowej |  |  | tekst |
| Model | Kod modelu myszki |  |  | tekst |
| Prędkość myszy | Ilość DPI(dots per inch) |  |  | liczba |
| Stan na magazynie | Przechowuje informacje o liczbie myszek na magazynie |  |  | liczba |
| *klawiatury* |  | @Rodzaj + cena + model + marka + stan na magazynie |  |  |
| Rodzaj | Rodzaj klawiatury |  | Numeryczna lub QWERTY | tekst |
| Cena | Cena klawiatury |  |  | zł |
| Marka | Nazwa marki producenta |  |  | tekst |
| Model | Kod modelu klawiatury |  |  | tekst |
| Stan na magazynie | Przechowuje informacje o liczbie klawiatur na magazynie |  |  | liczba |
| *Słuchawki* |  | @cena, model, marka, stan na magazynie, mikrofon |  |  |
| Cena | Cena słuchawek |  |  | zł |
| Marka | Nazwa marki producenta słuchawek |  |  | Tekst |
| Model | Kod modelu słuchawek |  |  | Tekst |
| Mikrofon | Informacja czy słuchawki posiadają mikrofon |  | Tak lub nie | tekst |
| Stan na magazynie | Informacja o liczbie sztuk na magazynie |  |  | liczba |
| *Głośniki* |  | @Cena + model + marka + rodzaj + stan na magazynie + moc |  |  |
| Cena | Cena głośników |  |  | zł |
| Marka | Nazwa marki producenta głośników |  |  | tekst |
| Model | Kod modelu głośników |  |  | tekst |
| Rodzaj | Informacje o rodzaju zasilania |  |  | tekst |
| Moc | Moc głośników wyrażana w watach |  |  | W |
| Stan na magazynie | Informacja o liczbie sztuk na magazynie |  |  | liczba |
| *Monitory* |  | @Rodzaj + model + cena + marka + stan na magazynie + przekątna ekranu + rozdzielczość |  |  |
| Cena | Cena monitora |  |  | zł |
| Marka | Nazwa marki producenta monitora |  |  | Tekst |
| Model | Kod modelu monitora |  |  | tekst |
| Rodzaj | Rodzaj wyświetlacza |  |  | tekst |
| Przekątna ekranu | Wielkość przekątnej ekranu |  |  | cal |
| Rozdzielczość | Informacja o rozdzielczości monitora |  |  | Pixel x pixel |
| Stan na magazynie | Informacja o liczbie sztuk przechowywanych na magazynie |  |  | liczba |
| *Pamięć zewnętrzna* |  | @Rodzaj + model + cena + marka + stan na magazynie + pojemność |  |  |
| Cena | Cena nośnika |  |  | zł |
| Marka | Nazwa marki producenta nośnika |  |  | tekst |
| Model | Kod modelu nośnika |  |  | tekst |
| Rodzaj | Typ nośnika |  |  | tekst |
| Pojemność | Pojemność nośnika w gigabajtach |  |  | GB |
| Stan na magazynie | Informacja o liczbie sztuk przechowywanych na magazynie |  |  | liczba |
| *Transakcje* |  | @id klienta + data zamówienia + data wysyłki + data odbioru + wartość zamówienia + rodzaj płatności |  |  |
| Id klienta | Indywidualny numer identyfikacyjny klienta |  |  | liczba |
| Data zamówienia | Data złożenia zamówienia przez klienta |  |  | dd-mm-rrrr |
| Data wysyłki | Data wysyłki zamówionych produktów do klienta |  |  | dd-mm-rrrr |
| Data odbioru | Data odbioru wysyłki przez klienta |  |  | dd-mm-rrrr |
| Wartość zamówienia | Łączna wartość zamówionych produktów |  |  | zł |
| Rodzaj płatności | Rodzaj płatności za zamówione produkty |  | Przedpłata lub płatność przy odbiorze lub faktura długoterminowa | tekst |
| *Zwroty* |  | **@**przyczyna zwrotu + stan naprawy + data zwrotu + przybliżony czas naprawy |  |  |
| Przyczyna zwrotu | Opis słowny przyczyny zwrotu |  |  | tekst |
| Stan naprawy | Obecny stan zwróconego produktu |  | Naprawiony lub w trakcie naprawy | tekst |
| Data zwrotu | Data przyjęcia produktu do naprawy |  |  | dd-mm-rrrr |
| Przybliżony czas naprawy | Przybliżony czas, w którym produkt zostanie naprawiony (dni) |  |  | liczba |
| *Dane marketingowe* |  | @ zainteresowanie produktem+przedział cenowy+ilość reklamacji |  |  |
| Zainteresowanie produktem | Liczba sprzedanych sztuk danego modelu w msc |  |  | tekst |
| Przedział cenowy | Najbardziej popularny przedział cenowy |  |  | Zł-zł |
| Ilość reklamacji | Ilość reklamacji na dany produkt |  |  | liczba |
| *Rabaty* |  | @data zakupu  +id zamówienia  +wartość rabatu  +id klienta |  |  |
| Data zakupu | Data udzielenia rabatu |  |  | dd-mm-rrrr |
| Id zamówienia | Identyfikator zamówienia objętego rabatem |  |  | liczba |
| Id klienta | Identyfikator klienta któremu został przyznany rabat |  |  | liczba |
| Wartość rabatu | Procentowa wartość rabatu przyznanego na zamówienie |  | 0-100 | % |