

## 要件概要

### システムアーキテクチャ

- B2BおよびB2B2Cモデルをサポートするための柔軟なアーキテクチャの設計。
- システム間のシームレスなデータ連携とインターフェースの確保。

### 顧客管理

- 顧客IDに基づく商品表示と価格設定のカスタマイズ。
- 顧客ごとの購入履歴、嗜好、および取引条件の追跡。

### 商品管理

- 季節性や限定商品の特別扱いに対応するための柔軟な商品管理システム。
- 在庫管理と欠品時の通知システム。

### 価格と割引制御

- 顧客や注文量に基づいた動的な価格設定。
- 複数の割引やキャンペーンの同時運用。

### 決済処理

- 多様な決済オプション（売掛、先入金、クレジットカード等）。
- 決済方法に応じた手数料や割引の適用。

### 配送とフルフィルメント

- 複数の配送オプションと配送条件（通常配送、ユーザ直送モード）。
- 注文に基づく自動配送プロセス。

### 手数料システム

- 顧客の購入地点と最寄りの会員工ステとの関連付け。
- 購入に基づく手数料の自動計算と会員工ステへの配分。

### プロモーションとキャンペーン管理

- 特定の顧客や地域に特化したプロモーション。
- キャンペーン効果の測定と分析。

## データ分析とレポート

- 売上、顧客行動、在庫状況等のデータ分析。
- 意思決定をサポートするための包括的なレポート機能。

## セキュリティとコンプライアンス

- データ保護とプライバシーに関する規制遵守。
- システムとデータのセキュリティ対策。

- ・ 顧客によって、購入可能な商品群が異なるため、顧客IDでメニューや商品検索の結果に制御をいれる。
- ・ 顧客毎の商品掛率を取得（おそらくfree販売に登録することになる内容から）し反映させる
- ・ 商品や顧客によっては、加えて数量によって掛率の変更がある。（特に安い価格のお客様には、その価格で提供する交換条件として、商品毎の最低注文数を約束いただいでいて、それに満たない場合は単価が上がる）
- ・ 一部の商品群、一部の顧客においては、特定の商品群の中で24個以上買った場合のみ、顧客毎に設定された安い掛率で購入でき、対象商品の一回の発注での合計注文数が24個に満たない場合には、掛率5割で販売価格を算出する（R.Codeのアソート販売）
- ・ 販売管理システム上で、売掛の設定がある顧客のみ、決済方法として売掛を選択できるようにする。
- ・ 販売管理システム上で、先入金の設定がある顧客のみ、決済方法として先入金を選択できるようにする。
- ・ 先入金の場合は、注文完了画面と、注文完了メールに振込先を記載する。

- ・ 代引きのクレジットカード払いは、現在事前に登録しているユーザのみ使用できるよう制御している（代引き手数料と、クレジット手数料が二重で発生するために、こちらから積極的に案内をせずに、使いたいとってきた顧客の画面にのみ選択肢が表示される仕様）⇒BtoBカード決済を導入するのであれば、不要になる？
- ・ 本来季節性の商品で、対象期間のみメニューに表示している商品を、一部の顧客のみ通年表示している。
- ・ 特定の顧客に対して、常時専用メニューを表示する。
- ・ 発注単位×いくつ といった形で注文を行う。
- ・ 上記発注単位の中には23+1、11+1といったように、おまけ（23+1の場合、おまけ23個買えば1個おまけをつけます。）を含むものもある。
- ・ 現状、送料は商品ブランド毎に商品登録があり、その時の注文の中で一番発注金額の大きなブランドの送料として計上している。

→他者と同じように送料については一定化と統一化対応を行う

- ・ 商品出荷完了後、出荷完了を知らせるメールを送信する。運送会社、追跡番号、代引きの場合は代引き価格を含める。
- ・ 欠品時や、新商品の発売前、あるいはキャンペーンの開始前に、予約受注を行うことがある。
- ・ 予約品を含む注文の場合、一度の注文操作でも、予約対象の商品と、通常注文の商品では、別々に受注データを生成する。
- ・ 予約品を含む注文の場合、一度の注文操作でも、予約対象の商品と、通常注文の商品では、送料が発生するかどうかは別々に計算する。
- ・ 予約対象商品については、お届け日の指定を無効にする。
- ・ 一部の商品（エクスピアンスのピール剤）については、購入の都度注意事項への同意を求める。
- ・ 上記商品を購入時には、最終確認画面にて、別途規定の注意事項を再表示される。
- ・ 特定の商品群(iMeso)については、初回の購入時のみ、同意事項への同意を求める。

→ピールについても追加対応

- ・ 代引きでの購入に対しては、注文確認画面及び、購入履歴画面から、適格請求書（領収書）をダウンロード可能とする。
- ・ 在庫数が少なくなった商品については、画面での注文を停止し、指定の方法で問合せを行うように誘導する。
- ・ 会社からのお知らせ画面を、顧客によって一部変更する。（特定の顧客だけメッセージを表示したり、逆に特定の顧客にだけメッセージを表示しなかったり）
- ・ 一般的なキャンペーン（おまけ付、割引等）は対応可能だろうと認識しています。
- ・ 同じ商品が、同時に複数のキャンペーンに関わることがあるため、どの商品を買ったかではなく、どのメニューから買ったかで制御を行う。
- ・ キャンペーン対象商品の購入数量の合計によって、つけるおまけの数量を変更する場合がある。
- ・ キャンペーン対象商品の購入金額の合計（お客様によって価格が違うため、安いお客様程多くの数量を買う必要がある）によって、つけるおまけを変更する場合がある。
- ・ 複数の商品群の中で、それぞれ規定数を購入し、購入数を基に計算された数量分おまけをつける。おまけの一部は対象を選択できる。（春コフレ）
- ・ 一部のキャンペーンにおいては、顧客毎に購入可能数の上限が設定されている。（キャンペーン期間中を通じての合計3個まで等）
- ・ キャンペーン時、販売システム側でセット組していない商品を、B to B発注システム上では仮にセット組することがある。
- ・ 後日マーケティング部門が分析できるよう、何のキャンペーンでの受注が簡単わかるようにデータを持つ
- ・ 特定の顧客のみの専用のキャンペーンを別途運用可能とする。（他の顧客には存在すら見えない）
- ・ セミナー参加者のみに伝える通常のログインURLとは違う専用URLからログインした場合のみ、セミナー参加者向けの特典キャンペーンが表示される（⇒専用URLではなく、クーポンコード等で代用可能と考えられます）

- ・ ユーザ直送モードという別モードがある。通常時は、サロン（顧客店舗）にしか商品を送れないが、ユーザ直送モードでは、サロン（顧客）が指定するエンドユーザ先に直接配送を可能にする。
- ・ ユーザ直送モードでは、掛率が10%高くなる。
- ・ ユーザ直送モードでは、業務用商品など、一部の商品を購入不可能にする。
- ・ ユーザ直送モードでは本来代引きの顧客には、クレジットカード決済を行っている
- ・ ユーザ直送モードでは価格が変わるため、トラブル防止のために、使用者が現在のモードを間違えないよう、ユーザ直送モード中は画面の全配色を変更する。

#### 下記カテゴリー済み

##### 顧客別商品と価格設定

- 顧客IDに基づく商品の表示制御。
- 顧客毎の商品掛率の適用。
- 数量に応じた掛率変更。
- 最低注文数未満の場合の単価上昇。
- 特定顧客向けの特別価格設定。

##### 決済方法と条件

- 売掛可能な顧客への選択肢提供。
- 先入金設定の顧客への振込先表示。
- 代引きクレジットカード払いの制限とBtoBカード決済の導入。
- 注文確認画面と購入履歴画面からの領収書ダウンロード。

##### 商品表示とアクセス

- 季節性商品の通年表示。

- 専用メニューの表示。
- 特定商品への注意事項同意の要求。
- おまけを含む発注単位の設定。
- 在庫少ない商品の注文停止と問い合わせ誘導。

#### 配送と注文処理

- 送料のブランド別計算。
- 出荷完了通知と追跡情報。
- 予約品の別々の受注データ生成。
- 予約品含む注文の送料計算。
- お届け日指定の無効化。
- ユーザ直送モードの特別条件。

#### プロモーションとキャンペーン

- 複数キャンペーンの商品関連制御。
- キャンペーン購入数量によるおまけ変更。
- キャンペーン購入金額によるおまけ変更。
- 顧客毎の購入可能数上限。
- キャンペーンでのセット商品の扱い。
- 特定顧客専用キャンペーン。
- セミナー参加者専用キャンペーン。

#### システム設定とユーザーインターフェース

- ユーザ直送モード時の画面配色変更。
- 通常時とユーザ直送モードのインターフェース差異。

#### 通知と情報提供

- 欠品時や新商品の予約受注通知。
- 会社からの顧客別カスタマイズされたお知らせ。

#### データ管理と分析

- キャンペーン別受注データの分析。
- マーケティング部門のためのデータ収集。

#### その他の特殊な要件

- 特定の商品（iMesoなど）への初回購入時の同意事項。
- 購入時に特定商品の注意事項を再表示。
- キャンペーン対象商品群間でのおまけの選択。
- 代引きでの購入時の請求書ダウンロード。

## 追加機能

1. キャンペーンと通常商品の統合: 現在、キャンペーン商品と通常商品が別々に登録されているため、カートに入れる前に割引率がわからない。カートに商品を追加する前に、通常価格と割引率を表示するようにする。
2. 送料無料条件の表示: 送料無料になるために必要な追加購入額を表示する機能を追加。
3. ウェブサイトデザインの更新: デザインが古くなっているため、現代的なデザインに更新。
4. ユーザー直送モードとBtoBtoCの統合: ユーザー直送モードとBtoBtoCモードを統合し、より効率的な運用を可能にする。
5. 会員ランク制度の導入: 購入金額に応じて異なるサービスを提供する会員ランク制度を導入。
6. 顧客情報の統合: 顧客情報を統合し、Freeなどの外部ツールに容易に取り込めるようにする。
7. メールアドレスの統一と役職表示: 担当者ごとに異なるメールアドレスを統一し、オーナー、店長、社員などの役職がわかるように表示する。
8. 納品書への画像追加機能: 納品書に商品画像を追加できる機能を設ける。

9.IMESOのMC購入分の販売条件設定の明確化: MESOのMC購入分について、MC商品が60%の割引率で販売される条件をユーザーに明確に理解してもらえるように表示する。また、MC未導入の店舗が購入する場合の条件も明示する。

10. 商品コードの明確化: 商品コードを明確にして、どの商品か一目で分かるようにする。

11. 初回注文のアカウント発行プロセスの改善: 現在は紙での注文が必要なため、アカウント作成がリツビ側で承認されたらすぐに発行できるようにプロセスを改善する。

12. 価格変更の際の通知システム: 価格変更があった際に、顧客に対して適切に通知できるシステムを設ける。

13. キャンペーンの自動化: 現在はキャンペーンの開始と終了を手動で行っているが、日時を設定し、自動でキャンペーンが開始・終了する機能を追加する。

14. 配送先の複数登録機能: 顧客が複数の配送先を登録できるようにする機能を追加する。これにより、異なる配送先への注文が容易になる。

15. プレミアム掛け率適用条件の表示: R.CODEやアソート可能な商品など、特定の購入条件でプレミアム掛け率が適用される場合、その条件をユーザーに分かりやすく表示する。

