

b2b Портал

План проекта

СОДЕРЖАНИЕ

Исправления	3
Основные вопросы.....	4
Главная цель	4
Преимущества для Компании.....	4
Преимущества клиентов компании.....	5
Преимущества конечных пользователей	5
Анализ схемы выставления счета конечным пользователям.....	5
Обзор функциональности	7
Функциональность конечного пользователя.....	7
Регистрация пользователя.....	7
Вопросы безопасности.....	7
Категории бизнеса.....	8
Папки входящих сообщений.....	8
Создание лота	8
Создание предложений.....	8
Создание рекламных предложений	9
Рейтинг, обратная связь и маркетинговые баллы.....	9
Сообщения электронной почты	9
Вопросы выставления счета	9
Административные средства.....	10
Отчеты пользователей.....	10
Управление пользователем.....	10
Пакеты и управление маркетинговыми баллами	10
Управление новостями	11
Управление категориями бизнеса	11
Управление сообщениями электронной почты	11
Управление лотами, предложениями и рекламными предложениями.....	11
Вопросы интерфейса и производительности.....	11
Серверные утилиты	11
Интернационализация.....	12
Система управления банерами.....	12
Вопросы разработки.....	14
Операционная платформа.....	14
Сервер БД.....	14
Средства Разработки.....	14
Средства и методы тестирования	14

Аппаратное обеспечение и Internet-соединение	15
Термины	16

Исправления

#	Дата	Персона	Описание
1	02/07/2001		Был создан документ

Основные вопросы

Главная цель

Главной целью разработки b2b Портала является предоставление возможности различным организациям или просто отдельным лицам за некоторый вступительный взнос заниматься бизнесом через специально разработанный WEB сайт. Основные принципы получения этого взноса будут описаны ниже.

Обычно основные работы выполняются во время разработки WEB сайта и начального периода (в основном для рекламных целей). В таком случае владельцу b2b Портала будет достаточно просто нанять специального администратора для сайта и поддержки базы данных.

В мире существует множество реализованных B2B Порталов, которые работают в данный момент. Большинство ориентировано на конкретную область бизнеса. Также эти порталы не имеют интернационализации, поэтому не англоязычным людям нелегко принимать участие в работе таких систем. Они не так гибки, как должны быть. Аудитория этих порталов в основном состоит из профессионалов в области информационных технологий, поэтому можно располагать некоторые ИТ-ориентированные проекты или заниматься для их разработки. В качестве примеров таких порталов можно привести www.ants.com, www.elance.com, www.bullhorn.com.

Другие категории WEB сайтов в этом бизнесе ориентированы на различные виды конечных пользователей. Они имеют некоторое количество различных тем (категорий бизнеса), в которых могут участвовать конечные пользователи, и они достаточно гибки для добавления новых категорий или изменения существующих. Такие сайты рассчитаны на большое количество пользователей и сделок, так как конечные пользователи представляют организации небольших или средних размеров, которые могут заниматься различными видами бизнеса, и множество потенциальных пользователей могут быть едва ли не в каждой стране мира. В качестве примера такого портала можно привести www.onvia.com.

По-видимому, имеет смысл разрабатывать и продавать b2b порталы второй категории, так как рынок b2b порталов недостаточно насыщен во многих странах Европы, Азии, Северной и Южной Америках.

Преимущества для Компании

Здесь описаны некоторые основные преимущества для компании.

Прежде всего это прибыль. Мы будем получать денежные поступления от пользователей первого уровня для лицензирования, инсталляции и поддержки B2B Портала. Также можно запустить уже лицензированный портал на нашем сервере, и мы будем получать денежные поступления от хостинга.

Также очень важна реклама. Как уже был сказано выше, B2B Портал ориентирован на большое количество конечных пользователей, часто выполняющих транзакции (так как их бизнес небольшого или среднего размера). Таким образом, они будут достаточно часто возвращаться к WEB сайту и просматривать его для поиска новых лотов или предложений. Мы можем разработать специальную Систему Управления Банерами (СУБ), представляющую это конечным пользователям с банерами, и получать денежные поступления от некоторых других

клиентов за показ этих баннеров. И, конечно же, мы можем показывать нашу рекламу для продвижения собственных продуктов на рынке или, например, описать свои услуги.

Преимущества клиентов компании

Предполагается, что мы не работаем с конечными пользователями, но имеем некоторое количество клиентов, у которых есть лицензия B2B портала и которые будут работать с конечными пользователями от своего имени.

Такие клиенты (главным образом организации) будут получать денежные поступления от всех конечных пользователей, работающих с b2b порталом. Можно выпускать интернационализированные версии такого WEB сайта, что будет являться дополнительным преимуществом для клиентов, знающих только свой родной язык. И наш клиент также получит прибыль от рекламы, так как будет участвовать в СУБ.

Более того, клиенту не нужно будет беспокоиться о поддержке сервера, так как мы возьмем это на себя. Мы способны выполнять операции по поддержке, и мы также можем обеспечить услуги специального администратора. Клиенту будет нужно только сделать услугу общеизвестной в своей родной стране.

Преимущества конечных пользователей

Конечные пользователи b2b портала получают большое количество преимуществ.

Первое и главное преимущество состоит в том, что такому пользователю не нужно искать работу другим способом, а просто связаться с порталом и просмотреть список имеющихся предложений или добавить новые. Он получит удобный интерфейс на родном языке для чтения и записи информации. У него будет возможность получать информацию, отфильтрованную по регионам, что является одной из наиболее полезных особенностей сайта. Пользователь сможет точно объяснить, что ему нужно, с помощью специально разработанных вопросов. Он сможет управлять своей активностью с помощью email. И, конечно, пользователь сможет получать помощь от разработчиков портала.

Анализ схемы выставления счета конечным пользователям

Одной из главных опций, которая будет обсуждаться и утверждаться отделом маркетинга, является схема выставления счета конечным пользователям, которая будет использоваться в b2b портале. Мы определим, как будет выставляться счет конечному пользователю и то, как он будет платить.

Уже имеются некоторые решения этого вопроса.

Возможно, что счет будет выставляться в процентах от совершенных сделок. Например, мы выставим счет в размере 50\$, если сумма сделки составила 100\$.

Мы можем выставлять счет за время использования услуги. Например, мы (или наш клиент) может выставить счет в 29\$ за 1 месяц использования услуги.

Также можно продавать конечному пользователю количество лотов и предложений, которое он может создать за некоторый период времени (разновидность заранее оплаченной услуги). Таким образом, мы можем выставить ему счет в размере $$(5*9+3*10)$ за создание 5 лотов и 3 предложений в течении месяца.

Предполагается, что мы (или наши клиенты) будем иметь достаточно большое количество конечных пользователей (конечно, если услуга будет пользоваться популярностью).

Первые методы будут требовать множества попыток узнать действительно ли сделка была совершена и какое точно количество денег было уплачено. Также потребуется создание специального механизма перемещения денег от конечного пользователя другому через нашего клиента или нас. Также конечный пользователь часто может пытаться скрыть факт совершения сделки.

второй метод нам подходит (за исключением того, что мы будем получать меньше денег), но он не полностью устраивает конечного пользователя. Некоторые конечные пользователи не будут часто нуждаться в нашей услуге, и таким образом, иногда им будет выставляться счет за период времени, в течении которого они не заключали сделок.

И последний метод кажется наиболее пригодным для нас и конечных пользователей, так как он предполагает предоплату для создания лотов и предложений и не имеет ограничений по времени (конечно же, мы можем добавить некоторые ограничения для стимулирования пользователей).

В настоящий момент реализован последний метод, но отдел маркетинга должен утвердить (и, возможно, изменить) этот факт.

Обзор функциональности

Функциональность конечного пользователя

Главным результатом этого раздела является алгоритм, определяющий то, как конечный пользователь будет использовать портал. Прежде всего, пользователю необходимо зарегистрироваться, чтобы получить доступ к главным свойствам портала.

Затем, если он хочет создать лот (фактически купить услугу), он должен выбрать соответствующую категорию бизнеса (КБ) и заполнить форму с ответами на список вопросов (форма «Создать лот»). После этого лот будет отправлен всем подходящим пользователям, которые заинтересованы в оказании этой услуги. Пользователь сможет наблюдать за активностью представителей этой услуги через Папку входящих сообщений. В ней можно выбрать то или иное предложение и отклонить остальные. В этом случае сделка будет заключена без участия владельца b2b портала.

Чтобы просмотреть новые или существующие лоты, соответствующие данным о пользователе (региону и типу бизнеса), нужно просто просмотреть свою Папку входящих сообщений, но использовать другую страницу. Имеется возможность отправить предложение на существующий лот или послать некоторые рекламные предложения для всех пользователей. Для отсылки обычного предложения пользователь должен заполнить СТАНДАРТНУЮ (одну и ту же для всех типов категорий бизнеса) форму и отправить ее. Для отсылки рекламного предложения пользователю необходимо заполнить и отправить динамически создаваемую форму, очень похожую на форму «Создать лот».

Все пользователи могут устанавливать опции электронной почты для получения сообщений.

Регистрация пользователя

Прежде всего, новый пользователь должен зарегистрироваться для того, чтобы получить доступ к функциональности портала. Однако он просматривать список категорий без выполнения регистрационных действий. Во время регистрации пользователю необходимо заполнить некоторое количество пустых текстовых полей и списков, а также комбинированных элементов с данными. Среди них есть поля с очень важной информацией, которые необходимо обязательно заполнить. Это РЕГИОН и ТИП БИЗНЕСА. Система автоматически манипулирует всеми лотами из соответствующего региона и\или от пользователя с соответствующим типом бизнеса и помещает их в Папку входящих сообщений. Но пользователь, конечно же, может просматривать лоты и предложения из других регионов.

Можно разбить процесс регистрации на шаги и передвигаться по ним с помощью мастера, но также возможно использование одной страницы.

Вопросы безопасности

Есть возможность просматривать общие страницы сайта без выполнения регистрационных операций или входа в систему. Но пользователь должен войти в систему (или создать новую учетную запись), чтобы начать работать с папкой входящих сообщений или создавать лоты и предложения. Так как портал, вероятно, будет использовать некоторый механизм обработки кредитных карточек, необходимо защищать информацию другими методами (например, SSL).

Категории бизнеса

При создании лота пользователю будет нужно выбрать КБ, которой должен соответствовать его лот.

Одним из главных элементов портала будет Дерево Категорий Бизнеса (ДКБ). Это дерево, вероятно, будет существовать на самой первой странице или будет доступно из меню верхнего уровня. В настоящий момент кажется достаточным наличие 2 уровней в дереве. Также можно нажать на категорию высшего уровня, чтобы просмотреть ее содержимое. И, конечно же, будет реализован механизм поиска. Будет предоставлена возможность поиска по имени категории бизнеса и по ключевым словам, соотнесенным с той или иной категорией.

Папки входящих сообщений

У пользователя есть возможность работать со своей папкой входящих сообщений и управлять собственными лотами и предложениями, отвечать на лоты других пользователей или отправлять предложения. В папке будет две страницы – «Покупатель» и «Продавец», так как когда вы отправляете лот, вы хотите приобрести услугу или продукт, а когда отправляете предложение, то хотите их продать. Это может быть изменено в случае разработки аукционного портала (в этом случае данные страницы изменят свои названия на противоположные).

Можно получить большое количество информации о том, как работать с Папкой входящих сообщений относительно лотов и предложений. Страница «Покупатель» будет содержать собственные лоты пользователя и предложения других пользователей на эти лоты, а страница «Продавец» будет содержать собственные предложения пользователя на лоты других пользователей. Все элементы (лоты и предложения) будут соответствовать информации о пользователе, так как предусмотрена возможность получать детальную информацию (например, рейтинг).

Обычно РЕГИОН и ТИП БИЗНЕСА являются фильтрами для информации в Папке входящих сообщений, но можно изменить эти фильтры для поиска лотов или рекламных предложений с каким-либо другим значением РЕГИОНА и ТИПА БИЗНЕСА.

Создание лота

Каждый пользователь может создать и отправить лот, выбрав соответствующую КБ и введя ответы на вопросы.

Данный лот фактически является списком ответов на вопросы, соотнесенные с выбранной КБ. Каждая КБ имеет комбинацию общих вопросов с различными типами ответов (текст, комбинированный элемент, список и т.д.). Проверка правильности производится перед отправлением лота.

Вновь созданный лот будет отправлен всем пользователям, которые соответствуют критерию РЕГИОН\ТИП БИЗНЕСА в своих Папках входящих сообщений. Также по электронной почте будет отправлено сообщение, описывающее новый лот.

Создание предложений

Пользователь имеет возможность работать со своей Папкой входящих сообщений, управлять собственными лотами и предложениями, отвечать на предложения других пользователей и отправлять предложения. Для создания предложения пользователю нужно

просто выбрать лот в своей Папке входящих сообщений и заполнить стандартную (общую) форму. Затем предложение будет отправлено в Папку входящих сообщений соответствующего пользователя.

Создание рекламных предложений

Пользователь имеет возможность представить свою услугу(услуги) всем остальным пользователям, отправив рекламное предложение(РП) за дополнительное вознаграждение. Это РП появится в Папке входящих сообщений на странице «Покупатель» у любого пользователя портала (или аудитория будет отфильтрована по РЕГИОНУ/ТИПУ БИЗНЕСА). Таким образом, пользователь может рекламировать свой бизнес всем остальным пользователям.

Рейтинг, обратная связь и маркетинговые баллы

Каждый покупатель может оценить продавца после закрытия лота, выбрав победителя и заключив сделку, и этот победитель также может оценить покупателя. Могут быть реализованы различные типы оценки.

Также можно высказать свое мнение по поводу качества сервиса и порядочности владельца лота.

Каждый пользователь может получить собственные маркетинговые баллы (МБ), выигранные у портала. Система будет добавлять баллы за регистрацию, привлечение нового члена, создание лотов, отсылку предложений, и.т. д. Отделу маркетинга потребуется придумать специальные бонусы за получение большого количества баллов.

Сообщения электронной почты

Пользователь может привести в действие механизм сообщений электронной почты (СЭП) для получения различных сообщений на определенный адрес. Возможно использование двух адресов электронной почты для одного пользователя – один для предложений, и другой для получения сообщений.

Данные сообщения будут содержать некоторые общие данные и более детальную информацию о вопросе. Например, сообщение «Новый лот» будет отправлено продавцу, и будет содержать некоторый общий текст, детальную информацию о лоте, данные о владельце лота. Также практически каждое сообщение будет содержать ссылку на страницу портала со всеми необходимыми параметрами, которые уже представляют собой помощь для пользователя в открытии соответствующей страницы.

Сообщения будут разделены на Срочные и Отсылаемые специальной утилитой. Система будет отправлять срочные сообщения сразу после выполнения некоторых действий всем пользователям, которые должны получить уведомление о своем действии. Также специальные серверные утилиты будут отправлять сообщения, напоминающие пользователям выполнить некоторые действия (например, закрыть аукцион или выбрать победителя).

Вопросы выставления счета

Каждому пользователю будет выставлен счет за использование b2b портала. Пользователь сможет купить Пакет (П), который будет содержать количество лотов, предложений, рекламных предложений, которые можно создать, или любые комбинации этих элементов. Отдел маркетинга определит наименования и содержание этих пакетов. Например, «Золотой» Пакет может содержать 5 лотов и 20 предложений, а также 1 рекламное

предложение и стоить \$99. Также есть возможность приобрести определенное самим пользователем количество элементов, но это будет стоить немного дороже, чем их покупка в Пакете. Возможно приобретение пакета с использованием кредитной карты со специальной защищенной WEB страницы или переслать деньги через банк.

Административные средства

b2b портал нуждается в специальном сотруднике для выполнения администрирования. Такой АДМИНИСТРАТОР будет управлять пользователями, просматривать отчеты действий пользователей, управлять процессом выставления счета, КБ, и СУБ.

Можно поддерживать типы административных пользователей в системе. Администратор нижнего уровня будет управлять системой, но не сможет использовать СУБ и добавлять новых администраторов. Наш клиент будет нанимать такого сотрудника. Администратор высокого уровня будет одним из сотрудников Компании, и у него будет разрешение на выполнение таких же действий, как у администратора нижнего уровня плюс использование СУБ и добавление новых администраторов нижнего уровня. Такой двухуровневый механизм будет работать только в том случае, если мы дадим лицензию на портал некоторым клиентам, иначе наличия в системе администратора высшего уровня будет достаточно.

Отчеты пользователей

АДМИНИСТРАТОР может просматривать Отчет О Действиях Пользователя (ОДП). Можно получать общий отчет о действиях за определенный период, и точный отчет об определенном пользователе. Так же можно наблюдать за действиями пользователей или конкретного пользователя, что будет очень полезно для маркетинговых предложений.

Все отчеты будут поддерживать фильтрацию и сортировку.

Управление пользователем

В системе будет присутствовать специально разработанный Отчет Пользователя (ОП). Таким образом, АДМИНИСТРАТОР будет получать список пользователей, фильтровать его по некоторым параметрам и производить различные действия над выбранными пользователями.

Также будет возможно управлять информацией о данных пользователя, так как пользователь может не иметь представления о том, как изменить ту или иную информацию или получить забытый пароль.

Также АДМИНИСТРАТОР может манипулировать Пакетами.

Пакеты и управление маркетинговыми баллами

Администратор может создавать новые, модифицировать и удалять существующие Пакеты через WEB интерфейс. Каждый Пакет может включать некоторое количество лотов, предложений и рекламных предложений. Можно манипулировать стоимостью Пакета, названием и описанием. Конечно, можно устанавливать цену отдельного элемента.

Маркетинговые баллы будут начисляться пользователю после выполнения некоторых действий (таких как создание лота, отправка предложения, привлечение нового пользователя и т.д.). Каждый пользователь сможет увидеть свои баллы на экране счета. Системный

АДМИНИСТРАТОР сможет изменять значение баллов вручную или изменять количество баллов, начисляемых системой за отдельное действие.

Управление новостями

На первой странице портала будут отображены новости. Администратор сможет добавлять новости, редактировать и удалять существующие. Также возможно определять дату действительности новостей (новости будут удаляться автоматически после этой даты).

Управление категориями бизнеса

АДМИНИСТРАТОР сможет создавать, удалять, изменять КБ и устанавливать ключевые слова, соответствующие определенной КБ.

Создавая КБ нижнего уровня, администратор должен определить набор вопросов, который будет включен в описание категории, и установить их в соответствующем порядке.

Он сможет также манипулировать вопросами. Можно создавать новые вопросы, а также удалять и редактировать некоторые из существующих, если они не соответствуют никакой КБ.

Управление сообщениями электронной почты

Специальные сообщения будут отправляться пользователям после выполнения определенного действия. Администратор сможет изменять текст, поля «Кому», «От кого». Будет возможно использовать специальные команды в пределах текста сообщения для представления пользователю некоторых определенных деталей (например, имени продавца, который отправил предложение или лот, и т.д.). Почти каждое сообщение имеет активную ссылку, на которую можно нажать и начать работать с порталом после регистрации .

Управление лотами, предложениями и рекламными предложениями

АДМИНИСТРАТОР имеет доступ к отчету по лотам, предложениям и рекламным предложениям. Также он сможет получить доступ к определенным пользовательским элементам. Кроме того, у него будет возможность выполнять некоторые действия с этими элементами.

Вопросы интерфейса и производительности

Интерфейс портала должен быть удобным для конечных пользователей и очень «светлым» (т.е. «невесомым»). Цветовая схема подбиралась с особой осторожностью, так как она должна быть приглушенной и неброской. На странице нет большого количества графики. Может быть, имеет смысл разработать специальный интерфейс также и для администратора, но это необязательно, поэтому на данный момент он не реализован.

Предполагается, что конечный пользователь и администратор будут загружать страницу не больше, чем за несколько секунд.

Серверные утилиты

Для поддержки портала должны быть созданы некоторые серверные утилиты.

Один из основных вопросов заключается в том, как очищать базу данных от ненужных и неиспользуемых записей, и как выполнять операции, повторяющиеся через промежутки времени.

Пользователи системы будут выполнять операции, результаты которых действительны только в определенный период времени.

Например, если пользователь хочет отправить предложение, он должен заполнить специальную форму. Предложение создается заранее, так как количество предложений для каждого лота ограничено. У пользователя будет только около 20 минут для заполнения формы и нажатия кнопки «Отправить». Если он этого не сделает, предварительно созданное предложение будет автоматически удалено.

Или пользователь может создать лот и определить, что он будет действительным в течение 14 дней. После истечения этого срока система должна автоматически закрыть лот.

Таким образом, должна быть разработана специальная утилита для автоматического обслуживания базы данных.

Другим серверным функциональным назначением является Система Сообщений Электронной Почты. Отправление сообщений соответствует действиям каждого пользователя. Данные сообщения могут быть отправлены немедленно или по истечении определенного периода времени после выполнения действия (такие сообщения называются напоминающими). Таким образом, всегда должно быть запущено специальное приложение для отправки напоминающих сообщений соответствующим пользователям. АДМИНИСТРАТОР будет определять содержание напоминающего сообщения, так же как и обычного.

Интернационализация

Как уже было сказано выше, система предназначена для использования в различных странах мира. Таким образом, портал должен быть языково-независимым. Это означает, что:

- Все интерфейсные элементы должны быть легко переводимы (т.е. должна быть разработана специальная структура HTML файла, для того, чтобы сделать перевод максимально легким, и в то же время сохранять серверный код). Для этих целей можно использовать любое средство перевода HTML.
- Все сообщения и другая текстовая информация, которая не является статической и может отправляться пользователю через WEB интерфейс или электронную почту, должна храниться в формате, удобном для доступа и перевода (server variables with application scope, maybe).
- Данные БД должны быть легко настраиваемыми, т. е. должен быть разработан специальный WEB интерфейс для управления данными БД (похожий на Категории Бизнеса, например).

Система управления банерами

На b2b портале можно отображать банеры для конечного пользователя. Должна быть разработана Система Управления Банерами для поддержки различных типов банеров (изображений или ссылок и т.д.) и для отображения индивидуальных банеров для определенных типов пользователей (по соответствующему РЕГИОНУ, или имеющих определенное семейное положение, например). Когда АДМИНИСТРАТОР будет добавлять

банер, он будет определять дату, после которой банер будет удален из системы или количество банеров, представляемых конечному пользователю. Система будет автоматически обрабатывать результативность банеров (какое количество нажатий было сделано и т.д.), таким образом, клиент получит доступ к банерной статистике.

Вопросы разработки

Операционная платформа

Ниже перечислены некоторые возможные платформы, которые могут быть выбраны в качестве операционных платформ для b2b портала. Это:

- Рабочая станция
- Sun (с OS Solaris)
- Intel (с OS Linux)
- Intel (с OS Windows NT/2000)

Платформа должна быть выбрана в зависимости от предварительного количества конечных пользователей портала и в зависимости от выбора сервера БД. Наиболее корректным выбором представляется Intel/Linux платформа, так как она достаточно надежна и проста для администрирования, и также достаточно защищена.

Сервер БД

Существует несколько мощных серверов БД, которые работают надежно и быстро с большими объемами данных.

Это:

- Oracle
- MS SQL Server
- SYBASE SQLA
- DB2

Oracle представляется наиболее пригодным сервером БД для b2b портала, кроме того, он обладает большим количеством возможностей, и может выполнять запланированные задания, что очень важно в контексте данной задачи. Также он может выполнять операции резервного копирования налету. В связи с этим портал реализован на основе Oracle 8.1.5 платформе.

Средства Разработки

Для создания модели БД может использоваться SYBASE Power Designer.

Borland Java Builder использовался для разработки серверных скриптов (Java классов). Для графического дизайна использовался Adobe Photoshop.

Средства и методы тестирования

Система должна быть тщательно протестирована. Ниже перечислены типы тестов, которые были применены к порталу. Это:

- Интерфейсное тестирование
- Функциональное тестирование (регрессионное)
- Стressовое тестирование

Для интерфейсного тестирования должно быть использовалось приложение HTML validator. Также система должна была быть протестирована с применением различных браузеров (Netscape 3.x-6.0, IE 3.x-5.5, Opera, AOL, и т.д.).

Для выполнения функционального тестирования был разработан специальный тестовый план. Он включил некоторое количество предопределенных тестов, которые должны всегда правильно работать в системе.

Аппаратное обеспечение и Internet-соединение

Учитывая Intel/Win платформу, следующая конфигурация сервера является предпочтительной:

- CPU: Intel P III 700 MHz или больше
- RAM: 512 MB или больше
- HDD: 100 GB (SCASI контроллеры; возможно использование RAID массивов для резервных предложений)
- Скорость Internet-соединения: 512 KБод или больше (оптоволоконное или спутниковое соединение)

Термины

БСУ – Банерная Система Управления

КП- Конечный пользователь

КБ – Категория бизнеса

ДКБ – Дерево Категорий Бизнеса

РП – Рекламное предложение

МБ – Маркетинговые Баллы

П - Пакет

СЭП – Сообщения электронной почты

ОДП - Отчет деятельности пользователя

ОП – Отчет пользователя

ОП – Операционная платформа