

IBM WebSphere Commerce



Fundamentos

Versão 5.5

IBM WebSphere Commerce



Fundamentos

Versão 5.5

Nota!

Leia as informações gerais na seção Avisos, antes de utilizar estas informações e o produto suportado por elas.

Primeira Edição (Junho de 2003).

Esta edição aplica-se ao IBM WebSphere Commerce Business Edition Versão 5.5, ao IBM WebSphere Commerce Professional Edition Versão 5.5 e a todos os releases e modificações subseqüentes até que seja indicado de outra maneira em novas edições. Certifique-se de utilizar a edição correta para o nível do produto.

A IBM agradece pelos seus comentários. Você pode enviar seus comentários utilizando o formulário de feedback on-line da documentação do IBM WebSphere Commerce, disponível no URL a seguir:

<http://www-3.ibm.com/software/webservers/commerce/rcf.html>

Quando o Cliente envia seus comentários, concede direitos não-exclusivos à IBM para usá-los ou distribuí-los da maneira que achar conveniente, sem que isso implique em qualquer compromisso ou obrigação para com o Cliente.

© Copyright International Business Machines Corporation 2000, 2003. Todos os direitos reservados.

Sobre este Manual

Descrição do Documento

Este guia fornece informações gerais sobre o WebSphere Commerce. Sua finalidade é fornecer uma visão geral concisa do WebSphere Commerce para um público geral.

Convenções Utilizadas neste Manual

Este manual utiliza as seguintes convenções de destaque:

Tipo Negrito

Indica comandos ou controles GUI (Interface Gráfica com o Usuário) tais como nomes ou campos, ícones ou opções de menu.

Tipo Espaçamento Fixo

Indica exemplos de texto que você insere exatamente como exibido, nomes de arquivos e caminhos e nomes de diretórios.

Tipo Itálico

Utilizado para enfatizar palavras. Itálico também indica nomes que devem ser substituídos pelos valores apropriados para seu sistema.

Business

Indica informações específicas do WebSphere Commerce, Business Edition.

Professional

Indica informações específicas do WebSphere Commerce, Professional Edition.

B2B

Indica informações específicas de um modelo de negócios Business-to-Business.

B2C

Indica informações específicas do modelo de negócios Consumidor Direto.

Índice

Sobre este Manual	iii
Descrição do Documento	iii
Convenções Utilizadas neste Manual	iii

Parte 1. Visão Geral. **1**

Capítulo 1. Introdução ao Software E-commerce	3
A Diferença do WebSphere	3
Marketing por Lucro	4
O Mundo é Grande	4
O Mundo é Móvel	5
Colocando o Site em Produção	5
Por que Java™?	5
Ferramentas para Qualquer Trabalho	6
O Que Isso Significa para Você?	6

Capítulo 2. Visão Geral de WebSphere Commerce	7
Ofertas do Produto	7
Componentes do WebSphere Commerce	8
Componentes Necessários	8
Descrições do Pacote de Software do WebSphere Commerce	11
IBM WebSphere Commerce Studio.	12

Capítulo 3. WebSphere Commerce Server	13
Ferramentas	14
WebSphere Commerce Accelerator.	15
Subsistemas	15
Runtime de Servidor Comum	17
Mecanismo de Interação Contextual	18
Ativação do Commerce	18
Plataforma do WebSphere	18

Parte 2. Desenvolvimento de sua Loja **21**

Capítulo 4. Planejando seu Site	23
Montando a Equipe de Desenvolvimento do Site	23
Coleta de Requisitos	25
Design	26
Desenvolvimento da Loja.	27
Gerenciamento de Dados	27
Desenvolvimento do Catálogo	28
Testando	28
Implementação	28

Capítulo 5. Criando Sua Loja	29
O Que É uma Loja Online?	29
Modelos de Negócios	29

Tipos de Lojas	31
Lojas de Exemplo	32

Capítulo 6. Criando seu Catálogo On-line. **37**

Compreendendo seu Catálogo On-line	37
Dados do Catálogo	38
Páginas de Exibição do Catálogo	39
Relacionamentos do Catálogo	40
Criando um Catálogo Principal.	40
O Loader Package	41
Publicações e o Loader Package	41
Mantendo o Catálogo On-line	41
Pesquisa de Catálogo	42
Incluindo Pesquisa do Catálogo no Site	43
Produtos Configuráveis	43

Parte 3. Administrando e Mantendo o Site e a Loja. **45**

Capítulo 7. Gerenciamento do Site.	47
Gerenciamento de Sistema	47
Serviço de Mensagens	48
Administration Console	48
Configuration Manager	48
Organization Administration Console.	49
Recursos de Informações	49

Parte 4. Executando a Fachada da Loja **51**

Capítulo 8. Gerenciando o Inventário	53
Determinando como Gerenciar o Inventário	53
Alocação de Inventário	54
Gerenciando o inventário utilizando o WebSphere Commerce Accelerator.	54
Configurando o Sub-sistema de Inventário	55
Gerenciando o Inventário.	56
Registros de Inventário Esperado	56
Recebimentos de Inventário Não-Esperado	56
Procedimentos Etapa por Etapa.	57

Capítulo 9. Gerenciando o Catálogo	59
Gerenciamento de Categorias	59
O Catálogo Principal em uma Loja Direta ao Consumidor	59
O Catálogo Principal em uma Loja Direta aos Negócios	60
Gerenciando Categorias	61
Procedimentos Etapa por Etapa.	61
Gerenciamento de Produtos	62
Características de Produtos, SKUs, Pacotes e Kits	67
Criando Produtos, Atributos e SKUs	68

Procedimentos Etapa por Etapa. 69

Capítulo 10. Gerenciando Informações do Cliente 73

Informações de Registro do Cliente 73
Alterando Informações de Registro do Cliente. . 73
Procedimentos Etapa por Etapa. 74

Capítulo 11. Assistência ao Cliente . . . 75

Configurando e Utilizando a Assistência ao Cliente 76
Procedimentos Etapa por Etapa. 77

Capítulo 12. Gerenciando Pedidos . . . 79

Trabalhando com Pedidos do Cliente. 79
Procedimentos Etapa por Etapa. 81

Capítulo 13. Devoluções 83

Motivos de Devolução. 83
Trabalhando com Devoluções 83
Diretivas de Negócios para Devoluções 84
Devoluções Recusadas pelo Sistema 84
Procedimentos Etapa por Etapa. 85

Capítulo 14. Marketing 87

Descontos 87
Tipos de Descontos. 88
Procedimentos Etapa por Etapa. 90
Pontos de e-Marketing. 90
Perfis de Clientes 91
Gerenciamento de Perfil do Cliente 92
Campanhas 93
Iniciativa de Venda Sugestiva 94
Iniciativa de Venda Sugestiva com Condições . 94
Anúncio de Divulgação 95
Gerenciamento de Campanha 96
Promoções. 97
Promoções de Cupons. 97
Procedimentos Etapa por Etapa 100

Capítulo 15. Comercialização 101

Associações entre Mercadorias. 101
Procedimentos Etapa por Etapa 102
Consultor de Produto 102
Determinando se os Dados do Catálogo são Adequados para o Consultor de Produto . . . 104
Procedimentos Etapa por Etapa 104

Capítulo 16. Leilões. 107

Recursos para Participantes de Leilões 107
Tipos de Leilão. 108
Configurando Leilões do WebSphere Commerce 110
Gerenciando Leilões para a Loja 110

Gerenciando Leilões para Clientes 111
Procedimentos Etapa por Etapa 111

Capítulo 17. Relatórios e Inteligência de Negócios 113

Inteligência Analítica e de Negócios 113
Análise de Circuito Fechado 114
Relatórios operacionais do WebSphere Commerce 114
Relatórios de Gerenciamento de Contas. . . . 114
Relatórios de Gerenciamento de Contratos. . . 115
Gerenciamento de Inventário Esperado. . . . 115
Relatórios de Inventário 115
Relatórios de marketing 116
Relatórios de Gerenciamento de Produtos . . . 117
Relatórios de Gerenciamento de Devoluções . . 117
Exceções de Envio. 117

Capítulo 18. Gerenciando Relacionamentos de Negócios 119

Contas de Negócios 119
Contrato 119
Direitos do Cliente 119
Criando uma Organização, Conta e Contrato para um Cliente 120

Capítulo 19. RFQ (Pedido de Cotação) 125

O Processo de RFQ 126
Procedimentos Etapa por Etapa 127

Capítulo 20. Colaboração 129

Configurando e Utilizando Espaços de Trabalho Colaborativos 130
Procedimentos Etapa por Etapa 131

Apêndice. Onde Encontrar Informações 133

Ajuda On-line do WebSphere Commerce 133
Ajuda On-line do WebSphere Commerce Studio 133
Informações Adicionais na Web 133
Suporte 133
Parceiros de Software. 134
Redbooks. 134
Documentação do Produto WebSphere Commerce 134

Glossário 135

Avisos 155

Índice Remissivo. 159

Parte 1. Visão Geral

Essa parte do manual oferece uma introdução ao software de e-commerce e discute alguns recursos de negócios importantes do WebSphere Commerce Versão 5.5. Ele também fornece um capítulo de visão geral que descreve as ofertas do produto.

Capítulo 1. Introdução ao Software E-commerce

Foi há apenas poucos anos que o objetivo de grande parte dos negócios passou a ser, ter um Web site descrevendo a empresa e os produtos ou serviços fornecidos por ela. Os tempos mudaram.

Para permanecerem competitivos em um mercado global, os comerciantes on-line tem que oferecer assistência ao cliente e serviços de suporte muito melhores do que antes. Quando os clientes visitam um Web site de e-commerce, esperam no mínimo poder navegar por um catálogo on-line, colocar produtos em um carrinho de compras, fazer uma compra segura utilizando cartão de crédito e especificar o endereço de entrega. Entretanto, isso não é suficiente. Os clientes tornaram-se mais experientes com a Internet, o que fez crescer suas expectativas. Eles desejam fazer compras no idioma e com a moeda da sua escolha. Desejam serviços personalizados com base em seus interesses, porque não têm todo o tempo para navegar por catálogos. Além disso, desejam assistentes inteligentes que façam o papel do vendedor de uma loja, ajudando-os com recomendações úteis sobre os produtos. Em breve, os clientes também vão querer dispositivos portáteis para suas compras.

As mudanças nas capacidades dos softwares de e-commerce não estão limitadas ao ponto de vista do cliente. Para muitos comerciantes, o e-commerce passou de um projeto experimental para uma parte integrante do núcleo dos negócios. Assim, hoje em dia vários membros da equipe de e-commerce que fazem parte do processo do mesmo, não são da área técnica. Gerentes de marketing e de vendas estão utilizando o software de e-commerce de formas mais sofisticadas, a fim de criar campanhas de marketing, direcionar produtos a segmentos específicos do cliente e monitorar o sucesso de suas campanhas.

Os processos de negócios também mudaram com o passar do tempo. O software de e-commerce está integrado aos sistemas de software existentes, para que o comerciante mantenha uma única fonte para informações do cliente e do produto. Assim, ao fazerem uma compra, os clientes sabem se o item está disponível no estoque. Além disso, os comerciantes vem se tornando cada vez mais ligados ao seus fornecedores, o que resulta em um menor tempo de resposta aos pedidos do cliente.

O WebSphere Commerce, agora em sua quinta versão, acompanha as crescentes expectativas e exigências de clientes e comerciantes. Crie um site de e-commerce que transforma os visitantes em compradores com o WebSphere Commerce.

A Diferença do WebSphere

Seu site de e-commerce precisa ter uma plataforma sólida. Utilizando o software WebSphere, você está obtendo produtos que atendem os padrões da indústria e tem alto desempenho, confiabilidade, capacidade de dimensionamento e segurança. Ao criar seu site de e-commerce, essas exigências são obrigatórias.

A base da plataforma do WebSphere é fornecida pelo WebSphere Application Server, um servidor robusto para aplicativos de e-commerce. Ele suporta padrões de software da indústria, como arquivos Java, Enterprise JavaBeans e JavaServer Pages e permite interações poderosas com bancos de dados corporativos e sistemas de transação.

A plataforma WebSphere inclui MQSeries, um produto de middleware que permite integrar seus aplicativos de e-commerce com sistemas de backend. Integrar seus aplicativos ajuda a manter uma única origem de dados, permitindo responder de forma rápida e eficiente aos pedidos dos clientes.

A família de software WebSphere tem um conjunto completo de ferramentas para aumentar as capacidades da plataforma WebSphere. Dois produtos são particularmente relevantes para o WebSphere Commerce: VisualAge for Java e WebSphere Studio. O VisualAge for Java oferece aos programadores um ambiente de desenvolvimento de Java completo, incluindo suporte para Enterprise JavaBeans. O WebSphere Studio fornece aos desenvolvedores da Web um ambiente de desenvolvimento de HTML completo, inclusive com suporte para a tecnologia JavaServer Pages.

O WebSphere Commerce faz uso total da plataforma WebSphere, permitindo criar um sistema de e-commerce com o qual você pode obter desempenho e confiabilidade. Isso permite que você coloque suas energias na criação de aplicativos exclusivos com valor agregado que tornam sua empresa uma vencedora.

Marketing por Lucro

Até recentemente, trabalhar com software de e-commerce era responsabilidade dos programadores, administradores de site e gurus da Web. E quanto aos gerentes de marketing? São eles que criam campanhas como: "compre um e leve dois" ou "ótimos preços na nossa liquidação de volta às aulas". Os gerentes de marketing devem interagir com o sistema de e-commerce a fim de vender produtos e o WebSphere Commerce torna isso possível.

O WebSphere Commerce Accelerator fornece um conjunto abrangente de ferramentas para Gerentes de Marketing. Primeiramente, crie perfis do cliente que definam os dados pessoais, histórico de compras e outras características dos clientes. Utilize iniciativas de campanha para direcionar as propagandas para segmentos específicos do mercado. Um processo de "marketing de ciclo fechado" permite que você saiba e atenda seus clientes melhor. Um sistema de inteligência de negócios robusto, acessível a partir do WebSphere Commerce Accelerator, relata as taxas de êxito comparáveis de suas campanhas de marketing, assim como as distribuições demográficas dos clientes. Esses relatórios fornecem feedback que pode ser usado para avaliar campanhas recentes e para iniciar mudança em campanhas futuras. Isso conclui o ciclo de vida da campanha publicitária.

O Mundo é Grande

Suas vendas não são apenas para a comunidade local, portanto seu site de e-commerce deve ser acessível para um público mundial. Como fazer isso? Quando um cliente visita seu site, pode registrar-se para dizer a você quem ele é. De que país ou região o cliente é? Qual o idioma de sua preferência? Que moeda ele utiliza? O WebSphere Commerce possibilita isso com seu suporte multicultural progressivo.

Quando o cliente exibir informações sobre o produto, mostre-as no idioma e moeda preferidos. Você precisará traduzir todas as informações que você fornece, mas os resultados valem a pena quando se está vendendo para um público internacional.

Sua própria equipe pode trabalhar com o WebSphere Commerce no idioma de sua escolha.

O Mundo é Móvel

Com as interfaces do WebSphere Commerce, você pode fornecer acesso para suas lojas on-line a partir de dispositivos de computação difusos, como telefones celulares, PDAs (Personal Digital Assistants) e dispositivos i-mode. Isso abre seu negócio para um público maior.

Colocando o Site em Produção

Incluindo no site o recurso de leilão, você pode fazer com que os clientes voltem ao seu site. Escolha entre diversos tipos de leilão:

- Lance Aberto: o público pode ver todos os lances
- Lance Fechado: os lances são vistos somente pelo administrador do leilão
- Leilão Dutch: inicia com um lance alto para ver se alguém o aceita

Qual a melhor forma de mover o excesso de mercadorias? Na verdade, os produtos vendidos em leilões da Internet, são vendidos a preços acima da tabela.

Inclua um vendedor no site, que ajudará os clientes que não conheçam bem uma categoria de produtos. Os clientes que tenham maior conhecimento podem explorar selecionando características desejadas em uma lista. Quando os clientes tiverem limitado a seleção, podem comparar produtos semelhantes lado a lado.

Por que Java™?

O WebSphere Commerce utiliza uma arquitetura aberta com base em um modelo de programação Java, permitindo que os desenvolvedores de aplicativos modifiquem e adicionem comandos para personalizar o comportamento da loja. Por que usar Java?

- O código Java tem criação e manutenção mais fácil que o código C++, tornando os desenvolvedores de aplicativos mais produtivos e seu código mais confiável ao personalizarem operações da loja. É muito mais fácil encontrar bons programadores de Java do que programadores de C++. Java é uma linguagem orientada ao objeto, portanto, os desenvolvedores de aplicativos podem escrever os aplicativos mais rapidamente, a partir de partes reutilizáveis. Além disso, as extensões Java, assim como beans corporativos, tornam essa linguagem ideal para aplicativos distribuídos cliente-servidor.
- Os arquivos JavaServer Pages são mais fáceis de criar e manter do que macros Net.Data, portanto os Web designers com conhecimentos básicos de Web podem criar ou modificar páginas da loja. Nos releases anteriores, o designer de páginas da loja precisava ter conhecimentos de programação Net.Data. Geralmente, os Web designers tem conhecimento em design gráfico e não de programação.
- Os aplicativos Java são mais portáteis do que os do C++, portanto seus sistemas de desenvolvimento e de produção não precisam ser iguais.

O WebSphere Application Server suporta o ambiente Java. A fim de fornecer arquivos JavaServer Pages, executar servlets e ativar beans corporativos, é necessário um servidor de aplicativos que forneça alto desempenho, confiabilidade e segurança. O WebSphere Application Server fornece um ambiente robusto para aplicativos Java, tornando-o uma base forte para seu Web site de e-commerce.

Ferramentas para Qualquer Trabalho

A criação e execução de uma loja requer uma equipe com habilidades variadas e ferramentas especializadas.

Para o Web designer, o WebSphere Commerce Studio fornece um ambiente completo para desenvolvimento da Web. Edite seus arquivos HTML ou JavaServer Pages utilizando o Page Designer. Gerencie seus recursos utilizando o WebSphere Studio. Em seguida, publique seu trabalho no WebSphere Commerce Server e teste os resultados.

Para o desenvolvedor de aplicativos, o VisualAge para Java fornece um ambiente de desenvolvimento Java completo e premiado. Utilize o VisualAge for Java para criar ou ampliar os comandos do WebSphere Commerce, Enterprise JavaBeans e beans de dados. Em seguida, publique seu trabalho no WebSphere Commerce Server e teste os resultados.

Para o Administrador do Site, o WebSphere Commerce fornece ferramentas de monitoração de desempenho no Administration Console do WebSphere Commerce para ajudar a manter tudo em bom funcionamento. Você também pode utilizar o Administration Console para manter a segurança, fornecendo controle de acesso aos vários usuários do sistema.

Para o Gerente de Marketing, as interfaces do WebSphere Commerce Accelerator permitem exibir, determinar preços e vender produtos em sua loja on-line, assim como analisar o comportamento do cliente.

Para o Representante de Atendimento ao Cliente, as interfaces do WebSphere Commerce Accelerator permitem gerenciar pedidos de clientes, informações de clientes e informações sobre pagamento.

O Que Isso Significa para Você?

O WebSphere Commerce Versão 5.5 fornece uma solução completa para suas necessidades de e-commerce. Executando em softwares premiados como o DB2, o WebSphere Application Server e o VisualAge for Java, você estará obtendo uma base segura, com capacidade de dimensionamento e de alto desempenho para seu site de e-commerce. Utilizando uma arquitetura aberta, o WebSphere Commerce é altamente personalizável, visando atender a todas as suas necessidades.









O restante deste manual descreve mais detalhadamente a solução WebSphere Commerce.

Capítulo 2. Visão Geral de WebSphere Commerce


Este capítulo descreve a família de produtos IBM WebSphere Commerce e lista cada componente de software incluído nas ofertas.


Ofertas do Produto

O WebSphere Commerce 5.5 está disponível na Professional Edition e na Business Edition, nas seguintes plataformas:

-  AIX
-  OS/400 para iSeries
-  Linux
 - Linux para xSeries
 -  Linux para IBM @server iSeries
 -  Linux para IBM @server pSeries
 -  Linux para IBM @server zSeries e S/390
-  Solaris Operating Environment
-  Microsoft Windows 2000

O WebSphere Commerce inclui o seguinte:

- Componentes do WebSphere Commerce:
 - WebSphere Commerce Server
 - WebSphere Commerce Accelerator
 - WebSphere Commerce Administration Console
 - Loader Package
 - Product Advisor
 - WebSphere Commerce Analyzer Versão 5.5
 - WebSphere Commerce Payments 3.1.3, que inclui:
 - Payments - Cassete para Paymentech
 - Payments - Cassete para VisaNet
 - Payments - Cassete para BankServACH
 - Cassete CustomOffline
 - Cassete OfflineCard
 - Blaze Rules Server e Blaze Innovator Runtime Versão 4.5.5
- IBM DB2 Universal Database Versão 8.1 FP1
- IBM DB2 Extenders 8.1 FP1 ( Não suportado no OS/400 para iSeries).
- Intelligent Miner Versão 8.1
- IBM HTTP Server 1.3.26 ( Não incluído no OS/400 para iSeries. Consulte o *Guia de Instalação do WebSphere Commerce para iSeries* para obter detalhes).
- WebSphere Application Server Network Deployment, Versão 5.0 que inclui:
 - Produto base do WebSphere Application Server

- Componente WebSphere Application Server Edge Server
- WebSphere Application Server Toolkit
-   IBM Developer Kit, Java Technology Edition 1.3.1 SR3W
-  Java 2 SDK, Enterprise Edition 1.3.1 FP5
-  IBM Developer Kit, Java Technology Edition 1.3.1 SR3W
- IBM Directory Server 4.1.1 ( Não incluído no OS/400 para iSeries. Consulte o *Guia de Instalação do WebSphere Commerce para iSeries* para obter detalhes).
- WebSphere Commerce Recommendation Engine turbinado por LikeMinds 5.5
- Lotus SameTime 3.0
-  Lotus QuickPlace 3.0

Para obter informações adicionais sobre os requisitos de hardware e software, consulte o *WebSphere Commerce - Guia de Instalação* apropriado para sua plataforma e edição.

Componentes do WebSphere Commerce

Esta seção fornece detalhes sobre os componentes do WebSphere Commerce.

Componentes Necessários

WebSphere Application Server

O WebSphere Commerce inclui o WebSphere Application Server. Esse servidor de aplicativos da Web é um servidor EJB (Enterprise JavaBeans) de alto desempenho que implementa componentes EJB para incorporar a lógica de negócio. Ele oferece suporte a diversas plataformas, sistemas de transação e banco de dados e servlets, além de oferecer gateway baseado em Java e conectividade EJB. Para obter informações sobre a especificação EJB, consulte o site www.java.sun.com na Web.

Suporte para o Contêiner da Web: Um contêiner da Web é um componente do servidor de aplicativos Web que gerencia servlets. Servlets são programas Java executados em um servidor ativado por Java. Um servlet estende as capacidades do servidor Web. Por exemplo, um servlet pode criar páginas HTML dinâmicas em resposta a um pedido de cliente. Outro servlet pode gerenciar várias conexões do cliente, aceitar pedidos do cliente e difundir a resposta para todos os clientes interessados.

No passado, os pedidos do lado do servidor eram freqüentemente manipulados por programas CGI (Common Gateway Interface). Os servlets oferecem vantagens sobre os programas CGI, já que podem executar com menos excesso, são mais portáteis e têm manutenção mais fácil.

Um contêiner da Web gerencia a criação e exclusão de servlets, enviando o servlet apropriado para cada URL que recebe. Um contêiner da Web também especifica quais servlets devem ser carregados automaticamente na memória no momento de inicialização e quais servlets devem ser carregados no pedido inicial. O servlet responsável por compilar todos os arquivos Javasever Pages que geram respostas para o cliente é de grande importância para o Commerce Studio.




No ambiente do WebSphere Commerce, os arquivos JSP, compilados em servlets, são usados para a exibição de páginas de categorias e produtos do seu catálogo.

Além disso, você pode se beneficiar das extensões da API do servlet fornecidas pelo WebSphere Application Server. Por exemplo, uma extensão permite rastrear a página que indicou visitantes em seu site.

DB2 Universal Database

O DB2 Universal Database é o banco de dados padrão do produto WebSphere Commerce. O DB2 armazena todos os dados relacionados à loja, os produtos e os serviços da loja e todos os dados dos clientes.

    O WebSphere Commerce inclui o DB2

Universal Database, Enterprise Edition.    Como alternativa, você pode utilizar o Oracle como seu banco de dados, no entanto, esse software não está incluído.

 O OS/400 para iSeries inclui o DB2 Universal Database. Verifique se as PTFs mais recentes estão instalados.

Servidor Web

    IBM HTTP Server, turbinado pela Apache, é o servidor Web padrão para o produto WebSphere Commerce. A IBM aprimorou o Apache Web Server. Os recursos incluem o seguinte:

- Suporte para conexões SSL seguras
- Configuração remota
- Suporte a SNMP
- Suporte a LDAP
- Acelerador de cache de resposta rápida para servir páginas HTML estáticas

   IBM HTTP Server é o servidor Web fornecido; no entanto, você pode utilizar o Domino Web Server ou o Netscape iPlanet. O Domino Web Server e o Netscape iPlanet não estão incluídos.

 IBM HTTP Server para OS/400 para iSeries é o servidor Web padrão para o produto WebSphere Commerce.

Blaze Advisor Rule Engine e Server

O Blaze Advisor Rule Engine permite a individualização de aplicativos de e-business monitorando, executando e otimizando o desempenho de regras de personalização e negócios criadas com o Blaze Advisor Builder. Quando integrado com o Blaze Advisor Rule Engine, o Blaze Advisor Rule Server oferece serviços de e-business ajustados com exclusividade a vários clientes simultâneos. O WebSphere Commerce utiliza o Blaze Advisor Rule Server para processar regras e fornecer conteúdo de marketing personalizado, consistindo em propagandas e técnicas de vendas sugestivas. O WebSphere Commerce Server incorpora este servidor. Esses dois produtos são parte do pacote de instalação do WebSphere Commerce e são necessários para o WebSphere Commerce Accelerator.

Blaze Advisor Innovator Runtime

O Blaze Advisor Innovator Runtime permite criar e alterar facilmente regras de negócios, sem programação. Você pode definir ou ajustar os critérios de avaliação, preço e outras políticas de negócios dinâmicas e colocá-las em operação com a rapidez que o mercado de e-business exige. Esse produto é parte do pacote de instalação do WebSphere Commerce e é necessário para o WebSphere Commerce Accelerator.

IBM WebSphere Commerce Payments

O WebSphere Commerce Payments é um servidor de transações de pagamentos independente de protocolo para um comerciante on-line. Ele integra-se aos sistemas de software do comerciante e fornece funcionalidade equivalente a de uma caixa registradora para gerenciar o processamento dos pagamentos.

Para fornecer funcionalidade específica de pagamento, os cassetes podem ser conectados no WebSphere Commerce Payments. Um cassete é um componente de software que pode interpretar as mensagens genéricas do WebSphere Commerce Payments em mensagens específicas do protocolo de pagamento. As mensagens são então enviadas para o gateway de pagamento apropriado para processamento adicional. Cada cassete fornece suporte para um sistema de pagamento eletrônico específico e a estrutura pode lidar com vários cassetes simultaneamente. O uso de cassetes torna o WebSphere Commerce Payments fácil de implementar, alterar e atualizar.

O WebSphere Commerce fornece os seguintes cassetes de pagamento:

Cassete para VisaNet do WebSphere Commerce Payments

Esse cassete permite que os usuários do WebSphere Commerce Payments enviem transações de cartão de crédito pela Internet em tempo real para processamento no sistema VisaNet. O cassete permite que comerciantes utilizem o segmento de cartão de crédito do e-Commerce dos serviços de Autorização e Captura de Dados VisaNet 6.0. As mensagens de autorização são formatadas de acordo com a especificação EIS 1080 Versão 6.0. As mensagens de captura de dados são formatadas de acordo com a especificação EIS 1081 Versão 6.0.

Para utilizar o VisaNet para processamento de pagamentos é necessário instalar o cassete VisaNet.

Cassete BankServACH

O Cassete BankServACH é utilizado com o gateway de pagamento BanServ para fazer interface com o sistema ACH (Automated Clearing House) operado pelo Federal Reserve (do governo dos EUA). O Cassete BankServACH permite que transações de cheque eletrônico on-line ocorram em várias instituições financeiras. O Cassete BankServACH coleta pagamentos em nome dos comerciantes, comunicando-se com o gateway de pagamento BankServ, que encaminha os dados da transação para o sistema ACH para liquidação automática diária.

Cassete Paymentech

O Cassete para Paymentech permite aos usuários do WebSphere Commerce Payments acessar o gateway Salem do Paymentech através de uma conexão de linha dedicada. 2 Cassetes para Suplemento do Paymentech. Fornece autorização on-line e determinação de cartão de crédito e não-PIN baseado em pagamentos do cartão de débito. O Cassete para Paymentech fornece comerciantes com habilidades para enviar transações de cartão de crédito da Internet em tempo real para o sistema Paymentech para processamento. Além disso, o Cassete para Paymentech suporta detecção anterior de autorização, AVS (Address Verification Service) e CVC (Card Verification Codes) para assegurar a integridade e a validação dos dados.

Cassete CustomOffline

O Cassete CustomOffline está disponível para métodos de pagamento manual, como o C.O.D. e o Bill Me, e também permite que os comerciantes definam seus próprios métodos de processo de pagamento off-line. Sob o Cassete CustomOffline, cada método off-line é representado como uma conta diferente.

Cassete OfflineCard




O cassete OfflineCard do Payments é utilizado para pagamentos em que o cliente fornece as informações do cartão de pagamento na página de registro de saída. O Cassete OfflineCard grava essas informações na tabela de banco de dados do WebSphere Commerce Payments para o Cassete OfflineCard. O Administrador do Comerciante pode processar o pagamento manualmente, posteriormente, utilizando a interface com o usuário do Payments.


No WebSphere Commerce Payments, os métodos de pagamento SET e CyberCash não são mais suportados.

Descrições do Pacote de Software do WebSphere Commerce

As informações a seguir descrevem o pacote de software do WebSphere Commerce. A não ser quando indicado de outra forma, o software é opcional.

IBM SecureWay Directory

   O IBM SecureWay Directory fornece um diretório comum para reduzir os altos custos associados aos diretórios específicos do aplicativo. O IBM SecureWay Directory é um servidor de diretório robusto de plataforma cruzada de LDAP e altamente escalável para segurança e soluções de e-business.

 O OS/400 Directory Services fornece um diretório comum para reduzir os altos custos associados a diretórios específicos do aplicativo. Esse serviço de diretório está incluído no OS/400 for iSeries e não está no pacote do WebSphere Commerce.

IBM WebSphere Commerce Analyzer

O WebSphere Commerce Analyzer é um conjunto abrangente de ferramentas para análise de resultados de e-commerce. Em particular, o data mart do WebSphere Commerce Analyzer contém extrações dos dados operacionais do WebSphere Commerce, resultando em informações extensas sobre os negócios. Utilizando os relatórios entregues das análises, os usuários de negócios podem obter discernimento sobre as tendências e as características dos clientes, tomar melhores decisões, formular estratégias e aprender como aprimorar seus negócios.

No release anterior do WebSphere Commerce, o relatório analítico foi alcançado com o WebSphere Commerce Analyzer, Entry Edition. Os clientes precisam de discernimento mais profundo sobre seus dados e melhor compreensão das tendências. Como a extração de dados e a inteligência de negócios são componentes essenciais do WebSphere Commerce, o WebSphere Commerce Analyzer de releases anteriores foi amplamente aprimorado com ferramentas de análise de dados on board e tecnologia de relatórios.

WebSphere Commerce Recommendation Engine

O WebSphere Commerce Recommendation Engine é um aplicativo opcional incluído com o WebSphere Commerce. O WebSphere Commerce Recommendation Engine é turbinado por LikeMinds, um mecanismo de filtragem colaborativo potente que fornece recomendações sobre produtos com base em padrões de comportamento do cliente.

O WebSphere Commerce Recommendation Engine coleta informações sobre perfis com base em vários algoritmos para desenvolver grupos mentores. Esses grupos são a base para outras recomendações de produtos. Aos clientes que se encaixam no perfil de uma determinada comunidade são apresentadas recomendações baseadas nas preferências de outros da comunidade. Este modelo de personalização é referido como *adaptável* quando comparado com

outros modelos, porque as recomendações baseiam-se em tendências atuais de compras do cliente e tendem a ser alteradas com o tempo.

IBM WebSphere Commerce Studio

O WebSphere Commerce Studio 5.5 está disponível em Professional Developer Edition e Business Developer Edition. Ele consolida todas as ferramentas de desenvolvimento da loja em um único ambiente. Além das ferramentas de desenvolvimento, o WebSphere Commerce Studio inclui uma licença de desenvolvimento para o WebSphere Commerce. Como resultado, o WebSphere Commerce Studio oferece tudo o que é preciso para criar e testar uma loja em um ambiente de desenvolvimento. O WebSphere Commerce Studio está disponível apenas nas plataformas Windows 2000.

O WebSphere Commerce Studio inclui, agora, o WebSphere Studio Application Developer, uma configuração do WebSphere Studio, que fornece um ambiente de desenvolvimento aberto e abrangente para a construção de aplicativos dinâmicos de e-business. O WebSphere Studio Application Developer substitui o WebSphere Studio, VisualAge para Java, Page Detailer, Applet Designer e o IBM Distributed Debugger, fornecidos com releases anteriores. O WebSphere Commerce Studio também inclui o Commerce Toolkit para WebSphere Studio.

Neste release do WebSphere Commerce, a ajuda on-line aplicável aos desenvolvedores de aplicativos, com a API e as informações de referência de comandos, é completamente integrada ao WebSphere Commerce Studio. O sistema de ajuda inclui novos recursos, como a habilidade de marcar tópicos e capacidades avançadas de pesquisa.

Para obter informações adicionais sobre os requisitos de hardware e software, incluindo pré-requisitos, consulte o *WebSphere Commerce Studio - Guia de Instalação*.

Capítulo 3. WebSphere Commerce Server

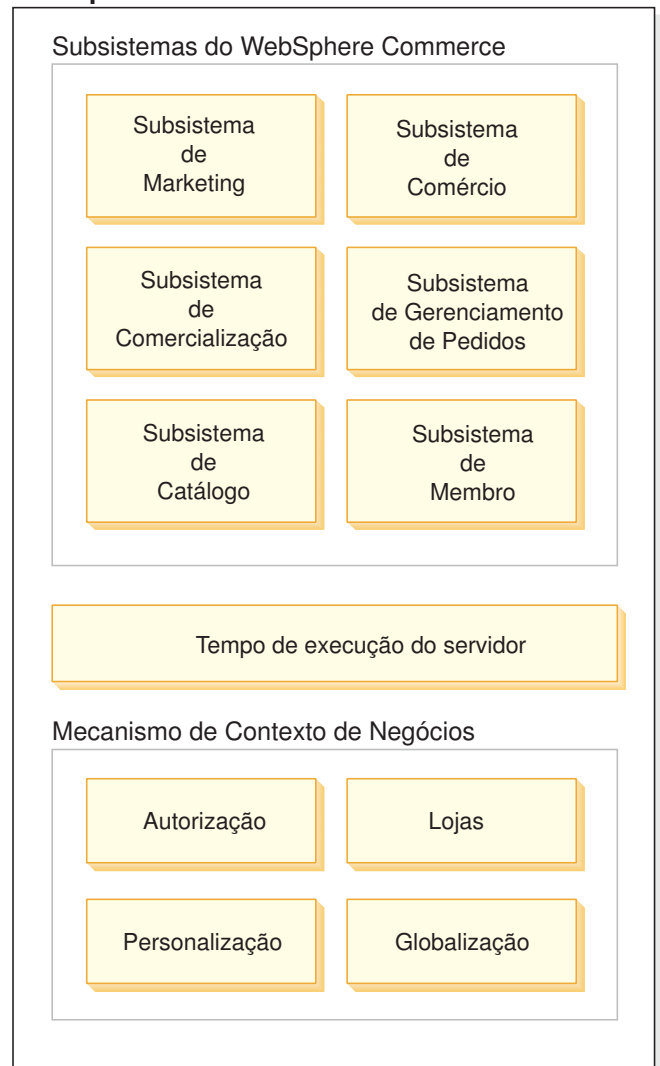
O WebSphere Commerce inclui um servidor de comércio baseado em Java para controlar o fluxo de informações no sistema WebSphere Commerce. O diagrama a

seguir ilustra os componentes do WebSphere Commerce Server:

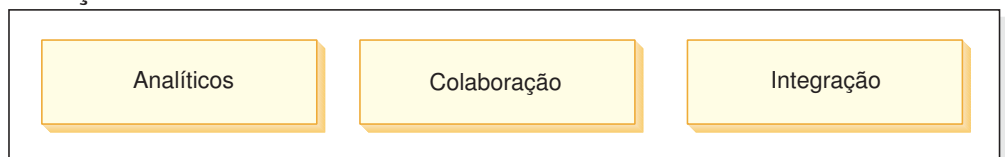
Ferramentas



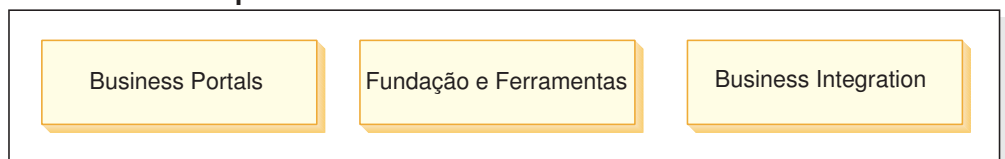
WebSphere Commerce Server



Ativação do Commerce



Plataforma WebSphere



Ferramentas

O WebSphere Commerce fornece as seguintes ferramentas:

WebSphere Commerce Accelerator

O WebSphere Commerce Accelerator oferece uma localização central para gerenciar sua loja e para facilitar suas estratégias de negócios. O WebSphere Commerce Accelerator fornece um ponto de integração para operar uma loja on-line, como gerenciamento da loja e do produto, atendimento, marketing, pedidos de clientes e atendimento ao cliente.

Explore o potencial do WebSphere Commerce Accelerator para praticar "marketing de relacionamento". Utilize o WebSphere Commerce Accelerator para medir a atividade de seu Web site e juntar informações-chave sobre seus clientes e seus hábitos de compras. Você pode então analisar as informações e fazer ajustes apropriados com base nas novas informações. Você pode incluir conteúdo, perfis de clientes ou promoções e, em seguida, desenvolver suas campanhas adequadamente.

Outras ferramentas, como o bloco de notas Perfil da Loja, permitem alterar alguns aspectos de sua loja.

- Definir informações da loja com o bloco de notas Perfil da Loja
- Definir informações de imposto e envio
- Publicar sua loja no WebSphere Commerce Server

O WebSphere Commerce Accelerator pode produzir relatórios para ajudá-lo com suas necessidades de inteligência de negócios.

Subsistemas

Membro

O subsistema de membros é um componente do WebSphere Commerce Server que inclui dados para participantes do sistema WebSphere Commerce. Um membro pode ser um usuário, um grupo de usuários (também conhecido como um grupo de membros) ou uma entidade organizacional (que pode ser uma organização, por exemplo, "IBM", ou uma unidade organizacional dentro de uma organização, como "Divisão de E-Commerce"). A lógica de negócios no subsistema de membros fornece serviços de registro e gerenciamento de perfis. Outros serviços com relação próxima com o subsistema de membros incluem o controle de acesso, autenticação e gerenciamento de sessão.

O subsistema de membros permite que seus usuários e membros de entidades organizacionais recebam funções, dependendo das atividades das quais escolhem participar. A atribuição de funções é responsabilidade de um administrador, como o Administrador de Site. O Administrador de Site também é uma função. O Administrador de Site concede aos usuários direitos ao sistema. Quando um membro recebe uma função, o componente de controle de acesso autoriza o membro a participar de atividades associadas à função. Por exemplo, uma organização pode ser um comprador ou vendedor, ou ambos. Um usuário também pode receber várias funções.

O subsistema de membros também permite criar grupos de membros, que são grupos de usuários categorizados por diversas razões de negócios. Os agrupamentos podem ser utilizados com a finalidade de controle de acesso para aprovação e também para fins de marketing, como o cálculo de descontos, preços e exibição de produtos.

Os seguintes recursos são associados ao subsistema de membros:

- Informações de registro
- Gerenciamento de perfis
- Controle de acesso ou autorização
- Gerenciamento de segurança, autenticação e sessão

Catálogo

O componente subsistema Catálogo oferece navegação on-line no catálogo, recursos de comercialização, listas de interesse e recursos de pesquisa. O subsistema Catálogo inclui toda a lógica e dados relevantes a um catálogo, incluindo categorias, produtos e seus atributos, itens e todas as associações e relações entre eles. Ele interage com os subsistemas Membro e Pedido a fim de obter informações sobre a exibição de modelos e a determinação de preços. Os seguintes recursos são fornecidos:

Agrupamentos

Uma construção de agrupamento genérica é introduzida para categorizações de vários produtos. O proprietário de um grupo de catálogos pode não ser necessariamente o proprietário de todas as entradas do catálogo no grupo. Isso permite que os proprietários do portal definam as categorias dos produtos oferecidos, enquanto outros fornecedores podem incluir seus produtos no grupo de catálogos.

Entradas de catálogo

Uma ou mais entradas de catálogo podem pertencer a um grupo de catálogo. Um conjunto de tipos de objetos base é fornecido para representar produtos, SKU (Unidade de Manutenção de Estoque), pacotes e pacotes configuráveis em uma entrada no catálogo.

Associação entre mercadorias

Esse subsistema permite a criação de uma associação entre dois objetos de catálogo quaisquer, que se tornam vendas cruzadas, vendas expandidas e promoções.

Suporte à Globalização

O design de catálogo atende ao requisito para suporte a recursos de globalização, como a exibição do produto e o formato da moeda, de acordo com o locale.

Comércio

O subsistema de comércio no WebSphere Commerce fornece a lógica, a função e os dados relevantes para negociar o preço e a quantidade de um produto ou conjunto de produtos entre o comprador e a organização vendedora. No Professional Edition, o subsistema de comércio inclui leilões. No Business Edition, o subsistema de comércio inclui leilões, contratos e componentes de RFQ (Pedido de Cotação).

Pedido

O subsistema de pedido é um componente do WebSphere Commerce Server que fornece carrinhos de compras, processamento de pedidos e suporte à função de gerenciamento de pedido. Também fazem parte desse subsistema serviços relacionados, como preços, impostos, pagamento, inventário e atendimento.

Os recursos de processamento de pedidos incluem pedido ou compra rápida, pedidos programados, vários pedidos pendentes, repetição de pedidos e divisão ou pedidos em espera.

Marketing

O subsistema de marketing é um componente do WebSphere Commerce Server e fornece vários conceitos de marketing a seu site. Os componentes do subsistema de marketing fornecem funcionalidade para criar campanhas de marketing, incluindo recomendações de produtos, propagandas e cupons eletrônicos, descontos, perfis de clientes e colaboração.

Inventário

O subsistema de inventário oferece gerenciamento de inventário em tempo real. Os componentes do subsistema inventário fornecem funcionalidade para registrar o inventário recebido dos fornecedores e aquele retornado pelos clientes; ajustar a quantidade do inventário; determinar a disposição do inventário retornado; enviar e receber inventário.

Runtime de Servidor Comum

O runtime de servidor comum fornece uma estrutura na qual os aplicativos de comércio são implementados e executados. A estrutura consiste no modelo de programação, no modelo de processo, no tratamento de exceções, no controle de transações, no acesso a dados e no modelo de persistência. O tempo de execução do servidor comum alavanca os serviços de tempo de execução fornecidos pelo WebSphere Application Server para suportar aplicativos do WebSphere Commerce Server. O runtime de servidor comum tira proveito de muitos recursos disponíveis no WebSphere Application Server:

- Os arquivos JSP fornecem script dinâmico de páginas da Web no lado do servidor. Isso ajuda a separar a lógica da apresentação da lógica de negócios. O WebSphere Commerce fornece um conjunto de beans de dados para exibir informações do usuário, catálogo e pedido. Utilizando a ferramenta de design de páginas do WebSphere Studio, um Desenvolvedor da Loja pode colocar os beans em um arquivo JSP. Os arquivos JSP são compilados em servlets e utilizados para exibir dados dinâmicos em runtime.
- O WebSphere Commerce utiliza uma estrutura de entidades de beans corporativos. Os desenvolvedores podem acessar dados no sistema, como objetos de dados, sem ficarem limitados diretamente pelo esquema do banco de dados fundamental. O runtime de servidor comum fornece um conjunto de beans de entidade para o esquema básico. Os desenvolvedores de aplicativos podem personalizar a lógica de negócios e modificar os objetos de entidade ampliando o esquema básico e remapeando os objetos de entidade. Esse processo é realizado utilizando a ferramenta de mapeamento de beans corporativos do WebSphere Studio Application Developer.
- Todos os processos do WebSphere Commerce Server e do planejador estão integrados aos processos do WebSphere Application Server. Utilize o Administration Console do WebSphere Application Server para gerenciar esses processos. Por padrão, cada processo do WebSphere Commerce Server é configurado como uma instância do WebSphere Application Server que é mapeada para um único processo Java de vários encadeamentos. O processo pode executar arquivos JSP, servlets e beans corporativos. Vários processos do WebSphere Commerce Server podem ser clonados com várias instâncias do WebSphere Application Server para equilíbrio de carga de trabalho e disponibilidade.

Para obter informações adicionais sobre os componentes de tempo de execução do servidor, consulte o *WebSphere Commerce Programming Guide and Tutorials*.

Mecanismo de Interação Contextual

Os subsistemas e o tempo de execução do servidor operam dentro de um mecanismo de interação que fornece o contexto necessário de negócios para todos os componentes. As interações são controladas pelas seguintes estruturas contextuais:

Diretivas

Diretivas são conjuntos de regras seguidos por uma loja ou grupo de lojas que definem os processos de negócios, práticas da indústria e o escopo e características das ofertas de uma loja ou grupo de lojas.

Autorização

A autorização controla o acesso dos clientes a vários aspectos de uma loja, como quais produtos eles podem comprar de uma loja, o preço que eles pagam por um produto e quais métodos de pagamento uma loja aceitará dos clientes.

Lojas O contexto de loja fornece um espaço on-line no qual ocorrem as transações de negócios. Uma loja utiliza várias tecnologias da Internet e é constituída de uma variedade de recursos.

Globalização

O contexto de globalização controla como o site se comporta de acordo com o locale.

Ativação do Commerce

O WebSphere Commerce facilita o comércio incorporando os seguintes componentes:

Personalização

A personalização melhora a experiência do cliente, adaptando o site de acordo com uma série de critérios, incluindo informações sobre o perfil do cliente, conteúdo do carrinho de compras e histórico de compra.

Integração

O WebSphere Commerce está totalmente integrado a uma série de produtos

Analíticos

Esta versão do WebSphere Commerce melhorou a analítica, como resultado da incorporação do WebSphere Commerce Analyzer. Essa analítica aprimorada permitirá um entendimento melhor do uso do site pelos clientes e facilitará a adaptação do site para ajustar-se melhor às suas necessidades como um resultado direto da analítica de loop fechado.

Colaboração

O WebSphere Commerce também suporta a colaboração entre a equipe de desenvolvimento do site e diretamente entre os representantes de atendimento ao cliente e os clientes, em tempo real.

Plataforma do WebSphere

Sustentando todo o WebSphere Commerce está a plataforma do software WebSphere: o software de infra-estrutura líder de mercado para e-business sob demanda. Os aspectos fundamentais da plataforma WebSphere incluem os seguintes:

Business Portals

Os WebSphere Business Portals ajudam a estender e personalizar a

experiência do usuário. Isso ajuda a aumentar a satisfação dos clientes, funcionários, parceiros e fornecedores, a cadeia de valores da corporação. Dividindo o aplicativo em portlets, você fornece pequenas partes, a partir das quais os clientes e funcionários podem, de modo igual, solicitar seletivamente. O resultado final fornece exatamente as informações desejadas sob demanda. Além disso, você pode atualizar as partes conforme necessário.

Fundação e Ferramentas

O WebSphere Application Server é um ambiente de aplicativo líder de mercado baseado em Java para construir, implementar e gerenciar aplicativos da Web de Internet e intranet. O WebSphere Application Server também fornece suporte de tempo de execução para arquivos JSP.

Business Integration

O WebSphere Business Integration fornece cinco capacidades principais para acelerar a transformação para um negócio sob demanda:

- Modelar e simular processos de negócios que podem ser atualizados instantaneamente
- Integrar pessoas, processos, informações e sistemas por toda a corporação
- Conectar com clientes e parceiros para uma corporação business-to-business eficiente
- Monitorar processos de negócios do início ao fim, utilizando dados de desempenho em tempo real
- Gerenciar os negócios de modo mais eficiente com a capacidade para rever, analisar e melhorar os processos e o desempenho

Parte 2. Desenvolvimento de sua Loja

O WebSphere Commerce Versão 5.5 é um conjunto abrangente de componentes de software integrados que ajuda os desenvolvedores de aplicativos a construir, manter, hospedar e gerenciar lojas para vender produtos e serviços na Web. Essa parte do manual fornece capítulos que discutem as informações necessárias para desenvolver sua loja.

Começa com os processos envolvidos no planejamento do site, como familiarizar-se com funções do WebSphere Commerce e fazer perguntas-chave a si mesmo antes de criar a loja.

Ela continua com a criação da loja e do catálogo on-line, fornecendo detalhes sobre a loja de exemplo, as tarefas envolvidas na criação de sua loja e os dados para seu catálogo on-line.

Capítulo 4. Planejando seu Site

A seção a seguir descreve um ciclo de desenvolvimento típico do WebSphere Commerce. Este ciclo de desenvolvimento normalmente consiste nas seguintes fases:

- Montando a equipe de desenvolvimento do site
- Coleta de requisitos
- Design
- Desenvolvimento da loja
- Desenvolvimento do catálogo
- Testando
- Implementação

Montando a Equipe de Desenvolvimento do Site

A utilização do software de e-commerce para implementar um comércio on-line altera significativamente a forma como o varejo funciona. A automação substitui algumas funções do varejo, como a de caixa. Em uma operação de e-commerce, algumas funções-chaves devem ser incluídas, como o Administrador de Site.

Freqüentemente, algumas funções de varejo não são convertidas on-line facilmente, como por exemplo a de vendedor. Em uma solução de e-commerce, não existe um equivalente direto para essa função. Algumas das funções associadas a vendas precisam ser inseridas no design da loja, como fazer com que o cliente se sinta bem-vindo, fornecer informações sobre o produto, sugerir itens adicionais e entrar em contato com o cliente após a compra. Outras funções de uma loja on-line com um bom design envolvem coletar informações de clientes registrados e rastrear seus históricos de compras. Em seguida, essas informações são utilizadas para determinar as necessidades futuras do cliente e fazer sugestões melhores para compras futuras. Para criar e manter um site de e-commerce avançado, você pode precisar de pessoas para preencher várias funções.

Independentemente de você estar personalizando a loja de exemplo para criar a sua ou desenvolvendo uma loja completamente nova, geralmente, é necessária uma equipe de pessoas para criar uma loja. O tamanho dessa equipe depende do tamanho e do escopo da loja ou site que está sendo criado, mas a equipe deve incluir pessoas para as seguintes funções:

- Web designer
- Desenvolvedor de aplicativos
- Desenvolvedor de Banco de dados
- Administrador de Site
- Vendedor
- Gerente de Marketing
- Gerente de Produtos

O WebSphere Commerce utiliza muitas das funções de varejo padrão, mistura outras e inclui as funções de e-commerce necessárias para criar uma solução de e-commerce completa para o site. Se necessário, o Administrador do Site pode criar novas funções no Console de Administração do WebSphere Commerce. A seção a

seguir descreve o conhecimento e a experiência necessários para essas funções. Dependendo do tamanho do seu negócio, as funções podem ser assumidas por poucas pessoas, ou pode ser necessária uma grande equipe.

Vendedor

O Vendedor cuida do lado de negócios da operação de uma loja. Essa função requer conhecimento detalhado sobre negócios em geral. O Vendedor lida com a equipe e trabalha com as outras funções para determinar a imagem da loja, o perfil do cliente e as características das mercadorias. Ele supervisiona os objetivos globais da loja, a lucratividade e o gerenciamento, além de acompanhar as vendas da loja.

Gerente de Marketing

O Gerente de Marketing comunica a estratégia de mercado e as mensagens da marca para os clientes. Essa função monitora, analisa e compreende o comportamento do cliente. Além disso, o Gerente de Marketing cria ou modifica perfis de clientes para vendas direcionadas e cria e gerencia campanhas e promoções. O planejamento de eventos de campanhas pode ser manipulado por uma equipe composta pelo Vendedor, o Gerente de Marketing e o Gerente de Produtos. O Gerente de Marketing ou o Gerente de Produtos projeta as vendas para um evento promocional e analisa sua eficácia.

Gerente de Produtos

O Gerente de Produtos deve entender a estratégia de marketing e a forma como os clientes da loja fazem compras. O Gerente de Produtos determina a melhor forma de exibir, determinar preços e vender produtos na loja on-line. Além disso, o Gerente de Produtos rastreia as compras dos clientes e determina descontos, leilões e técnicas de vendas sugestivas.

Essa função também supervisiona a administração do catálogo, que inclui criar e gerenciar catálogos de produtos on-line, esquemas de determinação de preços associados, categorias de produtos e indicação de produtos. Essa pessoa é geralmente um especialista no domínio do produto com uma compreensão total da linha do produto e das relações entre os vários produtos.

Administrador de Site

O Administrador do Site instala, configura e mantém o WebSphere Commerce e o software e hardware associados. O Administrador responde a avisos, alertas e erros do sistema e diagnostica e soluciona problemas do sistema. Essa função normalmente controla o acesso e a autorização (criação e atribuição de membros à função apropriada), gerencia o Web site, monitora o desempenho e gerencia tarefas de equilíbrio de carga. O Administrador de Site também pode ser responsável por estabelecer e manter diversas configurações do servidor para diferentes etapas do desenvolvimento: teste, preparação e produção. Essa função também efetua backups críticos no sistema e resolve problemas de desempenho.

O Administrador de Site tem a habilidade de criar e publicar uma loja.

O Administrador de Site deve ter conhecimento de hardware, sistemas operacionais e treinamento na arquitetura e operação do WebSphere Commerce.

desenvolvedor de aplicativos

Os desenvolvedores do aplicativo criam os arquivos do JavaServer Pages e qualquer código personalizado necessário, e podem modificar qualquer funcionalidade padrão incluída com o WebSphere Commerce. desenvolvedor de aplicativos devem possuir habilidades de programação em Java, no modelo de componente EJB, no VisualAge for Java, JavaScript, HTML, tecnologia JSP e estar familiarizados com o modelo de programação do WebSphere Commerce.

Desenvolvedor de Banco de Dados

Os Desenvolvedores de Banco de Dados modificam e ampliam o esquema do banco de dados do WebSphere Commerce a fim de implementar funções personalizadas da loja ou fazer a integração com informações do banco de dados já existentes. Esse membro normalmente tem habilidades de administrar bancos de dados DB2 ou Oracle.

Nota: A função de desenvolvedor de banco de dados não está definida no WebSphere Commerce Server.

Web designer

Os Web designers criam a aparência e a impressão do site e trabalham com os Desenvolvedores da Loja para criar páginas da loja. Os Web designers devem ter experiência nas ferramentas de multimídia, habilidade com HTML e JavaScript e estarem familiarizados com a tecnologia JSP.

Nota: A função de Web designer não está definida no WebSphere Commerce Server.

Coleta de Requisitos

Os requisitos funcionais definem as funções de negócios que o sistema de e-commerce vai fornecer e o fluxo da página na Web. Você determina as necessidades, desenvolvendo um bom entendimento das necessidades do negócio do site e o que espera obter do site. Por exemplo, pense em características como metas de negócios, objetivo do Web site e possibilidade de uso, isto é, quem são os usuários e como esperam interagir com sua loja. Ao observar seus requisitos, tenha em mente possíveis problemas de consistência, tais como refletir a aparência da sua loja física no Web site. É importante reunir essas necessidades com antecedência e descobrir todos os desafios que podem surgir enquanto ainda puderem ser tratados com facilidade.

Quando você tiver determinado os requisitos funcionais, você pode também esclarecer os requisitos técnicos ou do sistema. Alguns exemplos de requisitos técnicos incluem problemas de integração e requisitos de máquina.

Exemplos de perguntas que devem ser respondidas durante a fase da coleta de requisitos incluem o seguinte:

Requisitos Funcionais

- Sua loja atenderá um público empresarial ou de consumidores?
- Quais idiomas serão suportados por sua loja?
- Como você trabalhará com vários tipos de moedas (se necessário)?
- Quais produtos e serviços você irá vender? A linha de produtos será diferente para vários grupos de clientes ou países e regiões em que existem transações de negócios?
- Se você vender em vários países e regiões, sua loja será apresentada de forma diferente para ficar mais adequada a culturas diferentes?
- Que aparência você deseja para sua loja?
- Os gráficos existentes podem ser reutilizados? Se sim, qual é o formato necessário?
- O que os seus concorrentes estão fazendo?
- Você deseja que os clientes registrem-se para comprar produtos?

- Você vai utilizar as vantagens de personalização para fornecer experiências de compras exclusivas para cada cliente?
- Que tipo de informações sobre os clientes você deseja obter (e a quantidade)?
- Você fará promoção de produtos com base nos perfis de clientes ou comportamento?
- Como os pedidos serão processados?
- Como você processará os pagamentos?
- Como você implementará os impostos?
- Como você implementará as taxas de envio?
- Qual será a sua estratégia de atendimento ao cliente?
- Como será o fluxo das páginas da Web?
- Você vai oferecer links para outros sites?

Requisitos Técnicos

- Os dados serão movidos de um sistema já existente para um sistema novo?
- Que tipo de segurança pretende utilizar?
- Qual o nível de desempenho exigido?
- Qual o nível de movimento de clientes esperado?
- Qual o tamanho de máquina necessário para acomodar o número de clientes que você atrai?
- Como você manterá e ajustará suas máquinas servidoras para um desempenho otimizado?

Requisitos de Integração

- Você fará a integração com sistemas tecnológicos existentes?

Pode haver muito mais perguntas relacionadas aos requisitos de sua loja que precisam ser respondidas, dependendo de suas necessidades de negócios.

Ao final da fase de coleta de requisitos, a equipe deverá:

- Criar um fluxo de compras e utilizar casos dos requisitos funcionais.
Alguns exemplos de casos reais podem incluir registro do cliente ou processamento de pedidos.
- Determinar a topologia do site.

Design

A fase de reunir requisitos é seguida pela fase de design, que inclui a determinação do design de arquitetura da tecnologia da informação, o design do WebSphere Commerce e o design do banco de dados.

Após reunir todas as informações, crie um protótipo HTML estático da loja, a fim de garantir que o desenvolvimento esteja no caminho certo e que os requisitos não tenham sido ignorados. O protótipo pode ser criado por um Web designer ou de mídia, utilizando o Page Designer integrado do WebSphere Studio. (Como alternativa, o protótipo pode ser desenvolvido fora do ambiente do Commerce Studio). Isso pode ser feito em conjunto com, ou independente de, casos reais.

Desenvolvimento da Loja

A fase de desenvolvimento da loja é focada na criação de recursos da loja. O desenvolvedor de aplicativos cria o plano de projeto que descreve como (e quando) o projeto será concluído. O desenvolvedor de aplicativos é uma função que pode consistir em mais de uma pessoa, dependendo das habilidades requeridas. O plano do projeto deve conter:

- Um plano de equipe, descrevendo as habilidades necessárias para o desenvolvedor de aplicativos para projetar e desenvolver a infra-estrutura, o código e as páginas.
- Uma listagem do número total de arquivos JavaServer Server Pages, tabelas, EJBs, beans de dados e comandos que precisam ser desenvolvidos (isto direcionará o tamanho do projeto e os recursos necessários).
- Uma listagem dos elementos gráficos e de design de mídia requeridos.
- Uma programação, listando os principais pontos de verificação e responsabilidades. O programa deve acomodar teste do sistema no final.
- Uma descrição do teste de desempenho e de estresse a ser executado no site.

Além de desenvolver o plano do projeto, o desenvolvedor de aplicativos cria a home page da loja, as páginas de exibição do catálogo on-line e o fluxo de compras da loja.

O método recomendado de criação de uma loja é basear sua loja em uma loja de exemplo. A criação de uma loja é descrita no capítulo Capítulo 5, “Criando Sua Loja”, na página 29.

Gerenciamento de Dados

Os desenvolvedores de banco de dados enfocam as tarefas de gerenciamento de dados, incluindo as atividades a seguir, que ocorrem no servidor do banco de dados de desenvolvimento:

- Estendendo o esquema do banco de dados (opcional, com base nos requisitos de negócios).
Pode ser necessário aumentar o esquema do Banco de Dados do WebSphere Commerce, se a loja estiver integrada a um banco de dados existente que usa um esquema diferente ou se o WebSphere Commerce for personalizado.
- Ativando a migração dos dados existentes.
Quando o esquema do banco de dados tiver sido modificado (se necessário), as informações existentes, tais como dados do cliente, podem ser migradas para o Banco de Dados do WebSphere Commerce. Para migrar as informações, o desenvolvedor de banco de dados grava e executa scripts do banco de dados.
- Criando um mecanismo para alimentar dados no banco de dados (se necessário).
Para lojas do WebSphere Commerce que utilizam aplicativos corporativos existentes, é possível desenvolver mecanismos para alimentar dados automaticamente do aplicativo corporativo para o sistema WebSphere Commerce. Isso permitirá a sincronização de dados entre os dois sistemas. O Loader Package pode ser usado com essa finalidade.

Em todo o processo de desenvolvimento, o código fonte para a loja deverá ser verificado em um sistema SCM (software configuration management) para facilitar o arquivo de gerenciamento.

Um desenvolvedor de aplicativos que tenha recebido a responsabilidade de montar os recursos em uma loja funcional utiliza o Commerce Studio para publicar a loja em uma máquina de teste.

Se você estiver trabalhando fora do ambiente do Commerce Studio, o desenvolvedor de aplicativos extrairá todo o código do SCM e transferirá a loja para a máquina de testes. A plataforma da máquina de teste pode ser diferente da plataforma do desenvolvedor.

Uma vez que a loja tenha sido construída, o teste deve ser feito para garantir a qualidade da construção.

Desenvolvimento do Catálogo

O catálogo on-line é desenvolvido por várias funções. O Gerente de Produto decide quais produtos são vendidos pela loja e fixa seus preços. Essa fase de desenvolvimento pode ocorrer junto à fase de desenvolvimento da loja. O método utilizado para criar o catálogo depende do tamanho do catálogo e se seus dados já existem em formato eletrônico.

Utilize o Loader Package para criar e atualizar catálogos on-line. Utilizando o Loader Package, um desenvolvedor de catálogo pode manter o catálogo de produtos. Em seguida, o desenvolvedor de aplicativos pode formatar as informações para que estejam adequadas para que o Loader Package ocupe o banco de dados. O Loader Package também pode ser usado para migração de dados de uma loja existente do WebSphere Commerce.

Uma vez desenvolvido, o catálogo é publicado em um servidor intermediário (durante as etapas de desenvolvimento) ou em um servidor de produção (quando o desenvolvimento for concluído). Para obter mais informações sobre desenvolvimento de catálogos, consulte Capítulo 6, "Criando seu Catálogo On-line", na página 37.

Testando

Geralmente o Administrador de Site testará a loja e executará testes de unidade, funcional, de sistema, de integração e de estresse. Testes de design visual e de interação com o usuário também podem ser executados.

Implementação

Após os testes serem concluídos, o Administrador de Site atualiza o sistema de produção. Normalmente, isso é feito em duas etapas: a primeira etapa é replicar o banco de dados, a segunda etapa é publicar os recursos da loja (HTML, GIFs) no servidor de produção.

Capítulo 5. Criando Sua Loja

Esta seção fornece uma visão geral dos modelos de negócios e lojas de exemplo fornecidas com o WebSphere Commerce.

O Que É uma Loja Online?

Uma loja on-line é aquela que utiliza tecnologias da Internet para vender ou trocar produtos ou serviços. Ela é formada por uma coleção de páginas da Web que exibem e vendem seus produtos. Por exemplo, a home page atua como a fachada da loja, trazendo os clientes para dentro da loja e direcionando-os para os produtos. As páginas de grupos de catálogos agrupam produtos e direcionam os clientes para as páginas dos produtos, onde eles podem encontrar informações detalhadas sobre o produto. A página do carrinho de compras tem o mesmo papel que o carrinho de compras físico: você pode colocar nele os produtos que deseja comprar e depois pagá-los utilizando um cartão de crédito ou outros métodos de pagamento nas páginas de registro de saída.

Os clientes vêem apenas a parte externa das páginas da loja. Cada página inclui gráficos e imagens exibidos ao cliente, além de comandos e scripts Java, que não são exibidos para o cliente. Os comandos e scripts são utilizados para chamar outras páginas da loja ou para concluir ações, como por exemplo efetuar login e registrar-se. Para exibir as informações sobre o produto correto, além do preço, impostos e envio corretos, a loja acessa informações de tabelas no banco de dados do WebSphere Commerce. Os beans de dados do WebSphere Commerce (um conjunto de Java beans incluídos com o Commerce Studio e o WebSphere Commerce) podem estar incluídos nos arquivos JavaServer Pages. Os beans de dados do WebSphere Commerce permitem acessar informações do banco de dados, como o preço de um produto ou os atributos do produto.

Modelos de Negócios

O WebSphere Commerce suporta os seguintes tipos de interações de comércio:

Business **Cadeias de Valores**

Uma novidade no WebSphere Commerce 5.5 é a capacidade de suportar cadeias de valores. As cadeias de valores suportam transações que envolvem várias empresas ou vários grupos. Produtos, mercadorias, serviços ou informações são fornecidos através de grupos da cadeia de valores de produtores a usuários finais. Uma cadeia de valores também tem aspectos de relacionamento e administrativos, ou seja, você pode gerenciar o relacionamento dos parceiros ou empresas na cadeia de valores, bem como oferecer alguns serviços administrativos a esses parceiros.

O WebSphere Commerce suporta as transações diretas e o gerenciamento de relacionamentos dos dois tipos a seguir de cadeias de valores:

Cadeias de Demanda

As cadeias de demanda suportam os canais de vendas indiretas e os canais de vendas diretas.

Cadeias de Fornecimento

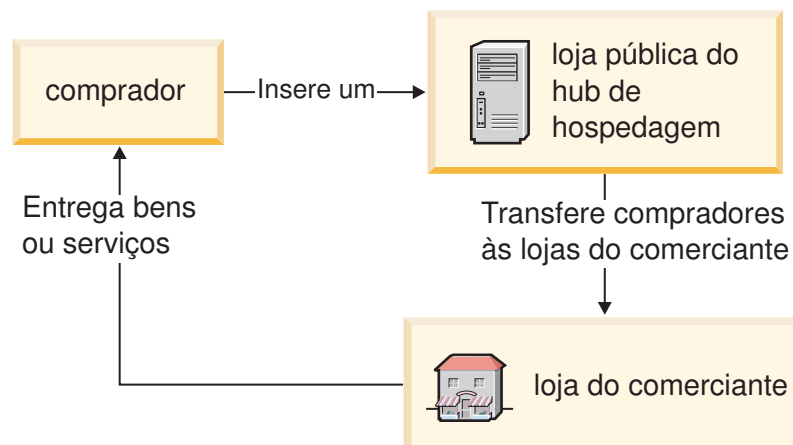
As cadeias de fornecimento suportam a aquisição e procedência de mercadorias. O WebSphere Commerce suporta a procedência de

mercadorias por meio dos mercados privados. Um mercado privado fornece um fórum para que os fornecedores ofereçam seus produtos e serviços à venda para compradores com os quais possuem relacionamentos contratuais. O WebSphere Commerce também fornece a capacidade para hospedar corporações em sua cadeia de valores.

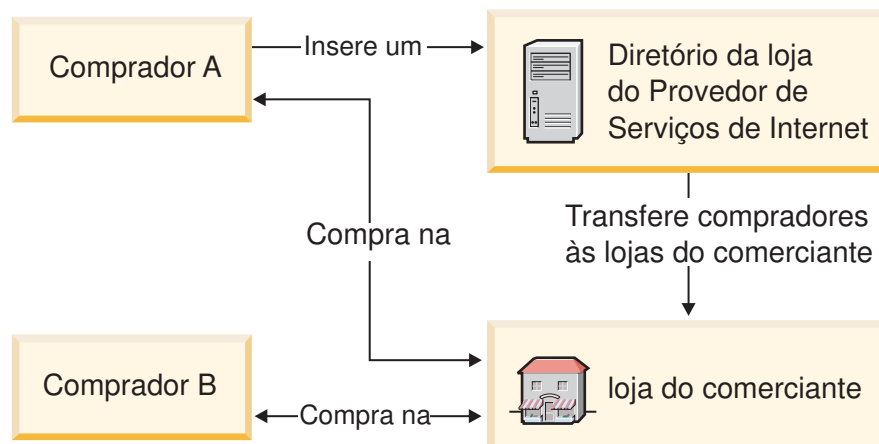
Business Hospedagem

Assim como suporta a hospedagem de parceiros de negócios no modelo de cadeia de valores, o WebSphere Commerce também suporta a hospedagem de comerciantes ou outros negócios por um Provedor de Serviços de Internet ou outro provedor de hospedagem.

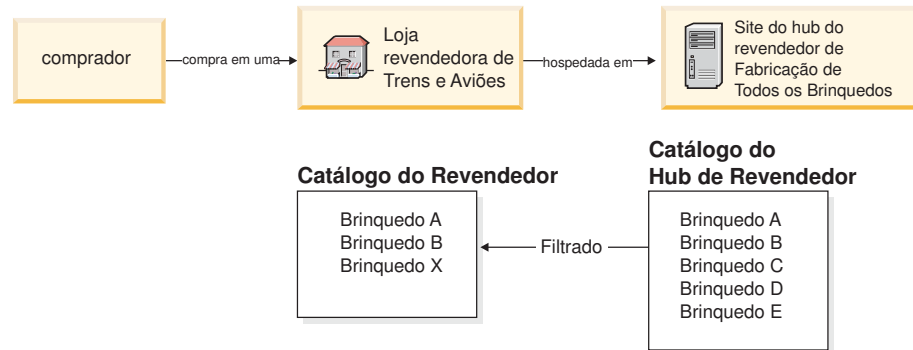
Um hub de hospedagem é um Web site, pertencente, geralmente, a um Fornecedor de Serviços de Internet, no qual os comerciantes podem construir lojas para os compradores. As lojas de comerciantes podem ter catálogos filtrados de um catálogo do hub do revendedor ou ter seu próprio catálogo. As lojas hospedadas podem monitorar o inventário e preencher pedidos dos clientes. Uma loja hospedada compartilha um design de página comum com outras lojas hospedadas, mas tem seu próprio nome e logotipo aparecendo na loja.



No exemplo abaixo, um Provedor de Serviços de Internet hospeda as lojas dos comerciantes. Cada loja possui um catálogo (pode pertencer à loja ou ser compartilhado). O comprador A entra no site do Fornecedor de Serviços de Internet, recebe uma lista de comerciantes e vai para uma loja. O comprador B entra na loja do comerciante diretamente.



No exemplo a seguir, uma loja revendedora especializada em Trens e Aviões é hospedada no site pertencente a All Toys Manufacturing. O catálogo da All Toys Manufacturing é filtrado para que apenas trens e aviões apareçam na loja revendedora. O revendedor pode adicionar produtos à loja que não aparecem no catálogo dos fabricantes.



Vendas Diretas

O WebSphere Commerce continua suportando o modelo de negócios de vendas diretas. Utilizando o WebSphere Commerce você pode criar sites ou lojas que suportam a troca de produtos, serviços ou informações diretamente entre empresas e consumidores ou entre duas empresas ou partes.

Tipos de Lojas

Para suportar os novos modelos de negócios no WebSphere Commerce 5.5, vários tipos novos de lojas foram introduzidos. O WebSphere Commerce suporta os seguintes tipos de lojas:

Loja Um site on-line no qual os usuários podem obter informações sobre produtos e conduzir transações de negócios sobre esses produtos. As transações de negócios podem incluir compras a varejo, transações entre empresas e transações entre uma organização do governo e cidadãos ou empresas. O WebSphere Commerce utiliza o termo genérico 'loja' para descrever o espaço on-line no qual todas as transações de negócios ocorrem.

Loja de Hub

Uma loja vista pelo cliente que permite parceiros ou clientes.

Loja de Vendas Diretas

Uma loja que suporta a troca de produtos, serviços ou informações diretamente entre as empresas e os consumidores, ou entre duas empresas ou partes.

Loja Hospedada

Uma loja que é hospedada pelo operador do site para o proprietário da loja. O proprietário da loja pode ter a opção de administrar a loja.

Loja de Recursos

Uma loja que contém uma coleção de recursos de arquivos ou dados que podem ser utilizados como recursos por outros tipos de lojas. Por exemplo, uma loja de recursos de catálogo é uma coleção de recursos de dados que representam o conteúdo de um catálogo. Uma loja de recursos de fachada da loja é uma coleção de arquivos JSP, comandos e outros recursos que

criam uma fachada da loja. As lojas de recursos não executam ou gravam transações de negócios. Elas são simplesmente portadoras de recursos que podem ser utilizados por outras lojas.

Loja Proxy

Uma loja que representa os recursos operacionais de parceiros de negócio. Essa loja também trata da lógica de negócios que permite que um site do WebSphere Commerce interaja com um parceiro de negócios externo. Por exemplo, uma loja proxy pode capturar os pedidos transferidos para um sistema remoto de captura de pedidos, além de capturar as informações sobre o inventário dos fornecedores ou as informações enviadas para os centros de distribuição de um fornecedor. Uma loja proxy não inclui uma fachada da loja e não pode ser acessada pelos usuários. Os administradores que trabalham em nome das empresas externas podem ter acesso administrativo à loja proxy por meio do WebSphere Commerce Accelerator.

Lojas de Exemplo

O WebSphere Commerce fornece várias lojas de exemplo nas quais você pode basear sua própria loja. Cada loja é projetada para exibir os recursos encontrados nos principais sites de varejo atuais e é personalizável.

O WebSphere Commerce fornece uma loja de exemplo on-line que pode ser usada como base para criar sua própria loja.

Ao planejar seu site, uma etapa chave é planejar o fluxo de compras para atender as necessidades e expectativas de seus clientes. Apesar de o comerciante poder optar por oferecer compras exclusivas aos seus clientes, a maior parte deles busca consistência e familiaridade com a estrutura e a seqüência de compras. Em vez de focalizar um fluxo de compras exclusivo, considere a utilização de promoção direcionada, recomendação personalizada e melhor seleção de mercadorias e serviços para melhorar a fidelidade do cliente. O WebSphere Commerce fornece as ferramentas para promoções direcionadas e experiências de compras personalizadas com o WebSphere Commerce Accelerator.

Uma loja de exemplo age como um modelo para a forma como a loja funciona. Ela define o fluxo de informações à medida que os visitantes procuram e compram produtos em sua loja. A loja de exemplo é empacotada em um formato de archive da loja.

Uma loja de exemplo tem um conjunto de recursos suficientes necessários para que a loja funcione. Esses recursos incluem: arquivos JavaServer Pages, arquivos HTML estáticos, arquivos de imagens e entradas do bancos de dados (entradas de catálogo, imposto, envio e atendimento).

Se precisar criar várias lojas semelhantes contendo recursos ou funções que não estejam incluídos nas lojas de exemplo fornecidas, você poderá criar sua própria amostra. Para criar sua própria loja de exemplo, você pode utilizar o WebSphere Commerce e o Commerce Studio para:

- Criar seu próprio archive de loja.
- Selecionar a loja de exemplo, copiá-la e modificá-la.

As lojas de exemplo a seguir são fornecidas com o WebSphere Commerce:

Amostras de Consumidor Direto

FashionFlow:

A amostra direta do consumidor (FashionFlow) inclui uma loja de modas on-line, que suporta venda direta aos consumidores. O FashionFlow mescla os recursos de todas as lojas B2C de exemplo anteriores (InFashion, WebFashion, WebAuction e NewFashion), bem como adiciona alguns aperfeiçoamentos novos:

- Os clientes registrados podem aplicar cupons em suas compras.
- Com o Product Advisor (metáforas de Exploração de Produto e Comparação de Produtos), os clientes podem estreitar e comparar produtos a partir de uma lista de pesquisa resultante.
- Utilizando técnicas de pesquisa avançadas, os clientes podem pesquisar o tamanho, a cor e a faixa de preço.
- Quatro descontos baseados em regras foram incluídos:
 - Entrega gratuita
 - Compre X, obtenha o próximo com um desconto de Y%.
 - Gaste X, obtenha Y com Z% de desconto.
 - Compre X, ganhe um presente.
- A utilização de venda cruzada avisa aos clientes para misturar e corresponder ou adicionar outros produtos em sua compra original.
- A utilização de venda expandida avisa aos clientes ao comprar um produto mais caro que o originalmente planejado.
- Com o uso de itens de interesse através de e-mail, os clientes recebem e-mails promocionais com base em seus interesses.

MiniFashion:

Existe uma nova loja de exemplo básica que fornece um conjunto mínimo de recursos necessários para fazer uma loja funcionar. Isso é oferecido como uma alternativa para excluir grandes quantidades de informações. Você também pode utilizar o exemplo de loja básica como uma base para uma loja e, em seguida, construí-la, para atender às suas necessidades.

Amostra B2B Direto

A amostra direta B2B (ToolTech) inclui uma loja de hardware on-line, que suporta venda direta a outras empresas. A ToolTech destaca as tarefas que podem ser executadas por um comprador em um site de e-commerce do vendedor. As ferramentas de pedido RFQ foram incluídas recentemente, as quais foram movidas do WebSphere Commerce Accelerator para ToolTech. Ele agora suporta que o comprador crie um RFQ em um modelo para pedir um item e permite a substituição de produtos. A lista de interesse foi removida e substituída por uma lista de requisição.

Business

ToolTech é a primeira loja de ferramentas on-line B2B fornecida com o WebSphere Commerce. A ToolTech destaca as tarefas que um comprador pode executar em um site de e-commerce do vendedor. Alguns dos recursos incluídos na amostra de loja ToolTech são:

- Compra baseada em contrato
- Listas de requisições
- Navegação baseada em direitos
- Preço baseado em contrato
- Criação de RFQ
- Dividir pedidos

- Vários endereços de envio
- Envio baseado em peso
- Capacidade de pesquisa de produtos
- Registro do comprador
- Assistência ao cliente
- Colaboração

A loja ToolTech fornece todas as páginas e os recursos necessários para uma loja on-line B2B funcional. A ToolTech é fornecida com o WebSphere Commerce como um archive de loja e, como resultado, nenhuma instalação posterior é necessária. Tudo o que é necessário para exibir a amostra de loja é criar um novo archive de loja com base na ToolTech utilizando as ferramentas Store Services e publicá-lo no WebSphere Commerce Server.

Como a criação da loja no WebSphere Commerce baseia-se na seleção de um archive de amostra de loja e na sua modificação, a ToolTech é projetada para agir como a base de sua loja. Ela se baseia em um fluxo de compras simples mas comprovado e todas as páginas da loja de exemplo podem ser facilmente personalizadas. Todas as páginas da amostra de loja ToolTech utilizam JSPs e XML para carregar os dados necessários.

Amostra de Cadeia de Demanda

A amostra do modelo de negócio da cadeia de demanda inclui o site Commerce Plaza, a loja de recursos de catálogo, a loja de recursos do revendedor e uma loja proxy do distribuidor. O Commerce Plaza permite que revendedores comprem produtos diretamente de seus distribuidores. No processo de compra, esse site também permite que os revendedores solicitem preços e disponibilidade dos distribuidores em qualquer produto de interesse.

O Commerce Plaza —WebSphere Commerce Business Edition fornece um hub de revendedor, que é um Web site protegido por senha, geralmente pertencente a um fabricante ou distribuidor. Os hubs de revendedor ajudam a mover produtos de fornecedores para revendedores e, eventualmente, para consumidores. O revendedor efetua login no hub do revendedor, procura um catálogo de produtos e adiciona produtos a um carrinho de compras. Os produtos podem estar disponíveis em mais de um fornecedor, portanto, o revendedor pode verificar a disponibilidade do produto, a localização do fornecedor e os preços de vários fornecedores. Quando o revendedor conclui o pedido, o carrinho de compras é enviado ao(s) fornecedor(es) para concluir a transação.

Os recursos do site Commerce Plaza incluem:

- Registro no mercado.
- Edição de informações da conta.
- Procura de produtos.
- Criação de uma lista de favoritos adicionando produtos a essa lista.
- Efetuar um pedido
 - solicitar uma cotação
 - adicionar produtos ao carrinho de compras
 - solicitar preço e disponibilidade
 - atribuir pedidos a distribuidores
 - transferir carrinhos para sites do distribuidor
 - registrar saída em sites do distribuidor
 - exibir status atualizado de pedidos

- Salvamento do conteúdo de um carrinho de compras (adicionando produtos ao carrinho de compras, solicitando preços e disponibilidade).
- Revisão do status de uma ordem completamente transferida.
- Criar uma loja revendedora com o assistente para Criação de Loja.
- Gerenciar a loja.

Amostra de Hospedagem

A amostra do modelo de negócios de hospedagem inclui o site Commerce Hosting Hub, o diretório de lojas, um catálogo de exemplo e os recursos requeridos para criar uma loja. Os comerciantes podem utilizar esse modelo se quiserem uma loja, mas desejarem que outra pessoa a hospede. Depois do comerciante ser aprovado, a loja poderá ser criada através da assistente Criação de Loja e o comerciante poderá gerenciá-la. A loja será adicionada a um diretório de lojas, que age como um shopping center. Os compradores podem pesquisar esse diretório, localizar a loja de interesse e comprar nela. Os recursos do Commerce Hosting Hub incluem:

- Registro no hub de hospedagem.
- Solicitação para hospedar uma loja.
- Criar uma loja hospedada com o assistente para Criação de Loja, em seguida, alterar a aparência e o comportamento.
- Escolha do catálogo mestre compartilhado ou utilização do próprio.
- Gerenciamento de uma loja.
- Permitir que os compradores pesquisem produtos assim que a loja é adicionada ao diretório de lojas.

Amostra de Fornecedor

A amostra do modelo de negócios do fornecedor inclui o site Commerce Supplier Hub, um catálogo agregado ou mestre e os recursos requeridos para criar uma loja. O Hub é um local onde os comerciantes ou fornecedores e clientes ou compradores aparecem juntos. Uma razão para os fornecedores utilizarem esse modelo é se eles quiserem uma loja, mas quiserem que outra pessoa a hospede; em um sentido amplo, os fornecedores podem se beneficiar por fazerem parte de um hub e do crescente tráfego de compradores. Os compradores se beneficiam por poderem procurar produtos e comparar preços de mercados diferentes em uma única localização. Os compradores também podem comprar na loja hospedada, se desejarem. Os recursos do Commerce Supplier Hub incluem:

- Registro no hub de fornecedores.
- Solicitação para hospedar uma loja.
- Criar uma loja de fornecedor com o assistente para Criação de Loja, em seguida, alterar a aparência e o comportamento.
- Consolidação do catálogo com o catálogo mestre.
- Gerenciamento de uma loja.
- Trabalhar com leilões
- Trabalhar com RFQs

Recursos de Globalização nas Lojas de Exemplo

O WebSphere Commerce permite que os desenvolvedores de aplicativos desenvolvam lojas com catálogos multiculturais de produtos on-line, permitindo que os clientes visualizem as descrições apropriadas ao locale em seu idioma e moeda preferidos. Ou seja, se essas informações tiverem sido digitadas durante o processo de desenvolvimento da loja, os clientes poderão selecionar parâmetros culturais como idioma, encargos de impostos e de envio, formato de data e de moeda e métodos de pagamento.

As lojas de exemplo fornecidas com o WebSphere Commerce são globalizadas. Para criar uma loja globalizada, simplesmente selecione a loja de exemplo que atenda melhor às suas necessidades.

O WebSphere Commerce permite criar uma loja que pode ser personalizada para atender às necessidades de uma base de clientes internacional ou com diversidades culturais. Por exemplo, você pode criar uma loja com as seguintes características:

Vários idiomas

Uma loja pode ser exibida em mais de um idioma. Por exemplo, você pode permitir que os usuários escolham o idioma no qual desejam exibir sua loja ou optar por selecionar automaticamente um idioma padrão, dependendo da localização da loja.

Várias moedas

Uma loja pode ter a capacidade de exibir e manipular mais de uma moeda.

Formatos de dados opcionais

Os dados podem ser exibidos em diversos formatos personalizáveis. Pessoas de culturas diferentes podem ter expectativas diferentes sobre como determinadas informações devem ser exibidas. Por exemplo, um número decimal pode ser indicado utilizando uma vírgula ou um ponto, dependendo do idioma, do país ou da região do cliente.

Vários formatos de endereços

Os endereços podem ser exibidos em diversos formatos, em conformidade com diferentes padrões internacionais.

Impostos

É possível definir regras de impostos diferentes para jurisdições diferentes, incluindo impostos sobre vendas e outros impostos comerciais ou governamentais.

Envio

É possível definir regras de envio e transportadoras diferentes para regiões diferentes.

Vários métodos de pagamento

É possível definir métodos de pagamento diferentes.

Preços

O mesmo produto pode ser vendido com preços diferentes para jurisdições diferentes.

Dados do catálogo on-line

Descrições, atributos e imagens podem ser personalizados para exibição para clientes em diferentes regiões. Também é possível manter um catálogo on-line mestre que pode ser compartilhado por várias lojas.

Design da página

O WebSphere Commerce permite criar páginas personalizadas para cada formato de exibição. Você pode criar um modelo de página genérico para todas as culturas, de forma que o design pareça o mesmo, mas informações específicas da cultura sejam dinâmicas. Caso contrário, é possível criar páginas de exibição separadas para cada cultura.

Para obter informações adicionais sobre as lojas de exemplo, consulte *WebSphere Commerce - Guia de Loja de Exemplo*.

Capítulo 6. Criando seu Catálogo On-line

Esta seção fornece uma visão geral de seu catálogo on-line. Também discute métodos diferentes de criação do catálogo e a importação de dados de catálogos existentes para o banco de dados.

Compreendendo seu Catálogo On-line

Antes de criar e manter um catálogo on-line, você deve entender como um catálogo funciona no WebSphere Commerce.

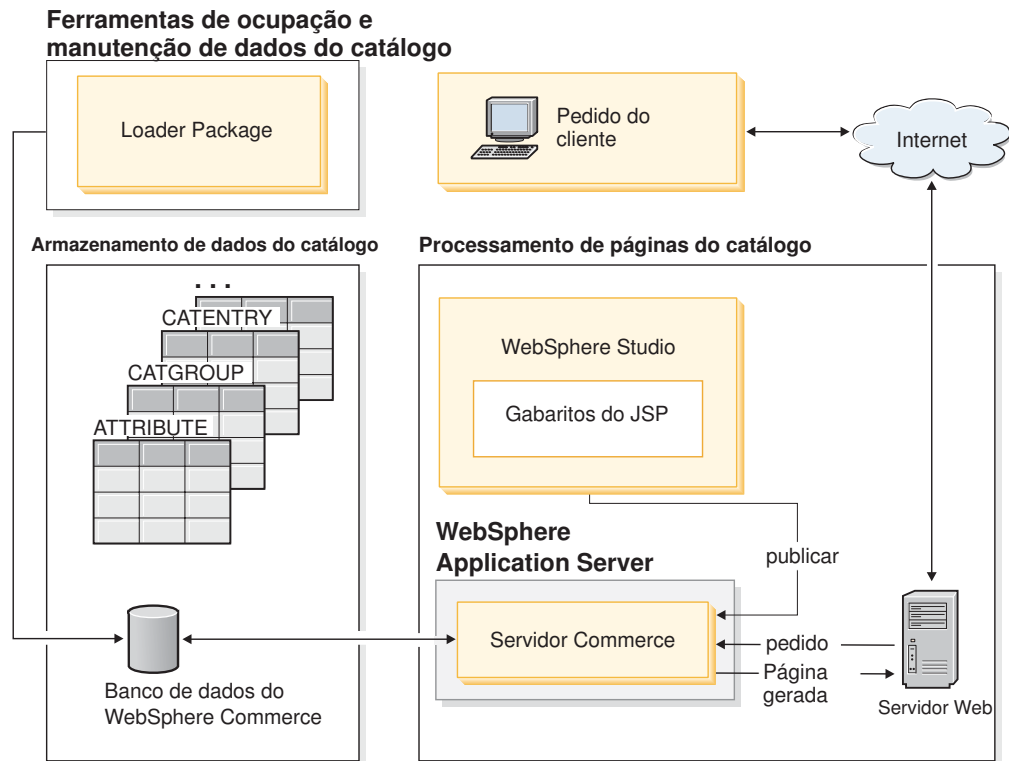
Há dois tipos de catálogos no sistema WebSphere Commerce: principal e navegável. Um catálogo principal é a ferramenta central para gerenciar as mercadorias da loja. Este é o catálogo único que contém todos os produtos, SKUs e preços padrão para cada entidade. Toda loja no sistema WebSphere Commerce deve ter um catálogo principal. É possível compartilhar um catálogo principal entre lojas e definir quantas lojas forem necessárias.

Se necessário, você pode criar um ou mais catálogos navegáveis para alterar a exibição do catálogo para os clientes. Um catálogo navegável contém as mesmas entradas que o catálogo principal, mas com uma estrutura muito mais flexível para exibição aos clientes. É possível ter tantos catálogos navegáveis quantos forem necessários, de acordo com suas necessidades promocionais. Para limitar a sobrecarga administrativa do gerenciamento de vários catálogos navegáveis, recomenda-se a utilização de um único catálogo mestre e a adição de catálogos navegáveis conforme necessário.

As informações do catálogo que são exibidas para os clientes requerem o seguinte:

- Dados do catálogo ou recursos
- Páginas de exibição do catálogo
- Relacionamentos do catálogo

O diagrama a seguir mostra o fluxo de informações do catálogo entre os componentes do WebSphere Commerce.



Dados do Catálogo

Os *dados do catálogo* são armazenados no banco de dados do WebSphere Commerce. Para ocupar inicialmente um banco de dados com informações do catálogo, utilize o Loader Package.

Os dados do catálogo consistem em descrições, relacionamentos, preços e imagens para cada entrada do catálogo. Para finalidades administrativas e de navegação, os dados do catálogo são organizados em *grupos de catálogos* ou *categorias*. Como o nome sugere, um grupo de catálogos combina dados de catálogos e outros grupos de catálogos para criar diferentes seções de um catálogo on-line. Com grupos de catálogos estruturados adequadamente, os clientes podem navegar facilmente por uma loja on-line e localizar rapidamente o produto desejado. Os grupos de catálogos fornecem caminhos para que os clientes naveguem pela loja. Os caminhos começam na homepage e terminam na página do produto. Em um grupo de catálogos, entradas do catálogo representam mercadorias que podem ser pedidas em um catálogo on-line. O WebSphere Commerce suporta tipos de entrada de catálogo padrão, incluindo produtos, SKUs (também conhecidos como itens), pacotes e kits (kits dinâmicos e kits pré-construídos, conhecidos antigamente como pacotes). O WebSphere Commerce também permite criar novos tipos de entradas de catálogo, se necessário.

Um *produto* age como um gabarito para criar SKUs, itens individuais de mercadoria que são, no final, vendidos a um cliente. *SKUs* são instâncias específicas de um produto, definidas por atributos. Por exemplo, calças de algodão são um produto porque elas não podem ser identificadas exclusivamente até que sejam fornecidos valores para os atributos de tamanho e cor. O produto calças de algodão representa o grupo de todas as calças de algodão enquanto um SKU (calças de algodão, tamanho 32, cor preta) representa uma instância específica do

produto. Lembre-se de que os termos SKUs e itens são considerados sinônimos. Ao utilizar as ferramentas de Gerenciamento de Produtos no WebSphere Commerce Accelerator, essa mercadoria ou serviço que pode ser pedido é chamado SKU para simplificar, enquanto que, no esquema do WebSphere Commerce, é chamado item para corresponder ao objeto do esquema do banco de dados.

Um *pacote configurável* é uma coleção de entradas de catálogo. Por exemplo, um pacote configurável para um computador pode ser composto por uma unidade de processamento central, um monitor, uma unidade de disco rígido e uma unidade de CD-ROM. Os pacotes podem ser um agrupamento de SKUs ou uma combinação de produtos, SKUs e kits pré-construídos. Quando um pacote é incluído em um pedido, ele é interrompido em pedaços separados ordenáveis. Os pacotes permitem que os clientes comprem várias mercadorias de uma só vez. O preço de um pacote é o valor em conjunto do preço de cada componente do pacote.

Conhecido antigamente como pacote, um *kit pré-construído* é uma coleta indivisível de entradas do catálogo. Por exemplo, um pacote de computador pode conter uma unidade de processamento central específica, um monitor e uma unidade de disco rígido que não podem estar disponíveis separadamente. Um pacote tem seu próprio preço e é um SKU que pode ser solicitado separadamente e que pode ser incluído em um pedido. Um pacote não pode ser desmembrado ou modificado.

Um *kit dinâmico* é um grupo de produtos adquiridos como uma unidade. Os componentes de um kit dinâmico não são armazenados estaticamente no banco de dados do WebSphere Commerce mas, em vez disso, são configurados por um configurador de produto externo. Os usuários interagem com o configurador de produto para construir um kit dinâmico, que é fornecido ao WebSphere Commerce no momento da entrada do pedido. Componentes individuais de um kit dinâmico não podem ser modificados em um pedido, mas cada kit dinâmico pode ser configurado novamente. Há vários configuradores de produtos disponíveis que podem ser utilizados para configurar kits dinâmicos. Embora o WebSphere Commerce não forneça um configurador do produto, é fornecida integração de suporte completa para um configurador de produto externo.

Páginas de Exibição do Catálogo

As *páginas de exibição do catálogo* personalizam o layout de seu catálogo para fins de apresentação. Elas descrevem como uma página será exibida para os clientes e fornece uma aparência e impressão consistentes entre as várias páginas do catálogo. Páginas de exibição criadas com a tecnologia JSP melhoram a eficiência da operação de sua loja, já que você não precisa de um arquivo HTML separado para cada produto. Em vez disso, as informações do produto existem no banco de dados, enquanto que a página de exibição existe no servidor. Quando um cliente pede um página, as páginas exibíveis são geradas e retornadas no navegador do cliente.

Você pode utilizar diferentes páginas de exibição de catálogo para exibir os diferentes tipos de dados de catálogo. Por exemplo, uma página de produto para exibição de produtos, ou uma página de pacotes para exibir pacotes, e assim por diante. É possível personalizar páginas de exibição para produtos e SKUs individuais. Isso é, você pode querer que uma página exclusiva mostre um casaco em destaque ou outra mercadoria que esteja à venda. Você também poderá criar diferentes páginas de exibição para cada grupo de clientes, como uma oferta especial para seus grupos de compradores frequentes.

Outro método de personalizar a exibição do catálogo é especificando conjuntos de produtos. Estes oferecem um mecanismo para particionar o catálogo em sub-conjuntos lógicos. Esse particionamento permite mostrar diferentes partes do catálogo para diferentes usuários. Você pode criar um contrato e especificar que os participantes tenham direito apenas de comprar produtos que se enquadrem em um conjunto de produtos predefinido. O WebSphere Commerce fornece uma ferramenta de filtragem de catálogo de fácil utilização para criar conjuntos de produtos do catálogo principal e para utilizá-los em contratos para filtragem de autorização.

Relacionamentos do Catálogo

Um catálogo contém diversos tipos de *relacionamentos* entre seus dados. Conforme observado acima, um catálogo contém grupos de catálogos e várias entradas de catálogo na forma de produtos, SKUs, pacotes e kits (kits dinâmicos e kits pré-construídos). Um catálogo particiona as entradas e os grupos do catálogo em exibições significativas para os clientes.

Por exemplo, muitas lojas de varejo alternam suas mercadorias de acordo com a época do ano. Um catálogo pode criar exibições sazonais do universo de produtos básico. Os catálogos permitem inclusão completa ou parcial de grupos de catálogos ou uma combinação dos dois. Continuando com o exemplo da loja de varejo, um grupo de catálogos chamado **Masculino** e um grupo de catálogos chamado **Feminino** aparecem os catálogos Verão e Inverno. Quando fazem parte do catálogo de Verão, os grupos de catálogo **Masculino** e **Feminino** contêm artigos de verão (como sandálias, shorts e maiôs) e quando fazem parte do catálogo de Inverno, os grupos de catálogos **Masculino** e **Feminino** contêm roupas para inverno (como botas e agasalhos de lã). Ambos os grupos de catálogos podem compartilhar determinadas entradas de catálogo, que contêm artigos idênticos e sazonalmente neutros de vestuário, como camisas e calças.

Porém, durante o verão, somente grupos de catálogos e entradas de catálogos que aparecem no catálogo de Verão ficam acessíveis. De modo semelhante, durante o inverno, somente o catálogo de Inverno com seus grupos e entradas de catálogos associados é exibido para o cliente.

Toda loja no sistema WebSphere Commerce está relacionada a pelo menos um catálogo. Os catálogos podem ser compartilhados entre várias lojas e cada um pode estar relacionado a um ou mais grupos de catálogos. Um grupo de catálogos pode conter uma ou mais entradas de catálogo.

Criando um Catálogo Principal

Depois de ter criado sua loja, você precisa criar seu catálogo principal. O WebSphere Commerce oferece vários métodos de criação.

Cada loja de exemplo do WebSphere Commerce inclui um catálogo principal. Você pode utilizar um dos catálogos principais de amostra como base para seu próprio catálogo principal. Utilize as ferramentas de Gerenciamento de Produtos para modificar os dados existentes para seu catálogo. Para obter mais informações, consulte “Mantendo o Catálogo On-line” na página 41.

Se você incluiu um catálogo de amostra ao publicar seu archive de loja, sua loja já conterá amostras de produtos. Nesse caso, você deve excluir os exemplos de produtos antes de incluir seus próprios produtos.

Você também pode criar seu catálogo principal desde o início, atualizando os arquivos XML do WebSphere Commerce. Para criar um novo catálogo mestre, consulte o capítulo sobre recursos de catálogos no *WebSphere Commerce Store Development Guide*. O capítulo sobre recursos de catálogos utiliza o catálogo mestre ToolTech como exemplo ao criar um novo catálogo mestre.

O Loader Package

O Loader Package carrega dados de catálogo e outros dados no banco de dados do WebSphere Commerce. Ele é ideal para importar grandes quantidades de informações de produtos existentes para o banco de dados ou fazer atualizações em nível de célula nos dados existentes. Um exemplo de atualizações de nível de célula inclui a atualização de um valor em uma linha ou coluna específica. O desempenho superior e recursos de escalabilidade tornam o Loader package apropriado para o preenchimento em massa e atualizações subsequentes dos dados do WebSphere Commerce Server.

O Loader Package utiliza dados no formato XML como entrada no banco de dados WebSphere Commerce. O pacote permite gerar uma definição de tipo de documento (DTD), resolver identificadores nos dados e carregar dados. O Loader package também inclui utilitários para extração de dados e transformação de dados XML. O Loader Package agora contém TextTransformer, que transforma um documento delimitado por ASCII em um documento XML.

Se você criar um arquivo XML utilizando o DTD fornecido com o WebSphere Commerce ou modificar os arquivos XML fornecidos com o archive de exemplo de loja, não será necessário gerar outro DTD.

Incluso com o Loader package está um recurso de log que permite capturar e armazenar mensagens dos componentes do pacote. Por exemplo, você poderá fazer um log de erros que ocorrerem durante a geração de um DTD ou carregamento de dados para fins de depuração.

Publicações e o Loader Package

A função Publicar no Administration Console invoca o Loader Package para carregar informações no banco de dados. A função Publicar utiliza o DTD fornecido com o WebSphere Commerce, resolve os identificadores e carrega os dados para você. O DTD pode ser localizado em `WC_installdir/schema/wcs.dtd`.

Para carregar seus dados utilizando a função Publicar no Administration Console, assegure-se de utilizar o arquivo wcs.dtd para criar seus arquivos XML e, em seguida, adicioná-los a um archive de loja.

Mantendo o Catálogo On-line

A manutenção do catálogo é um processo contínuo, pois sempre será necessário adicionar e remover mercadorias, criar e associar categorias ou grupos de catálogos e atualizar informações sobre produtos, como descrições e preços.

Depois de ter criado seu catálogo principal e ter incluído seus dados de catálogo, você poderá atualizar o conteúdo do seu catálogo ou criar novos dados de catálogo utilizando ferramentas de Gerenciamento de Produtos do WebSphere Commerce Accelerator. Essas ferramentas são uma combinação de assistentes e blocos de notas desenvolvidos para ajudar a gerenciar dados de catálogos. Especificamente, você pode:

- Criar, atualizar e excluir produtos e detalhes de produtos
- Gerar, atualizar e excluir SKUs para compra
- Criar, atualizar e excluir categorias (ou grupos de catálogos)
- Associar produtos e SKUs com categorias
- Criar atributos e atribuir valores a produtos
- Criar, atualizar, excluir e associar preços de catálogos a produtos.

Para obter mais informações, consulte Capítulo 9, “Gerenciando o Catálogo”, na página 59. Você também pode consultar a seção Gerenciamento de Produtos na ajuda on-line para obter instruções detalhadas sobre cada tarefa.

Pesquisa de Catálogo

O recurso de pesquisa de catálogo permite implementar uma ferramenta de pesquisa para clientes. Incluindo uma interface simples em seu site, você fornece aos clientes uma maneira adicional de localizar produtos. Isso pode ajudar a fechar uma venda em que o cliente talvez não conseguisse navegar para o produto pelo qual estava procurando.

A funcionalidade de pesquisa do catálogo é implementada por um bean de dados que gera consultas de SQL no banco de dados. Essas consultas podem executar pesquisas simples baseadas em combinações de cadeias ou pesquisas mais eficientes baseadas em expressões booleanas. A pesquisa também é capaz de pesquisar colunas, assim como atributos valiosos.

Além disso, o recurso de pesquisa do catálogo suporta o formato de espaço da pesquisa básica do Consultor de Produto.

Pesquisa simples do catálogo

Depois de implementada, a versão simples do recurso de pesquisa do catálogo inclui um campo de entrada de texto na página e um botão que lança a pesquisa. O campo aceita cadeias de texto que são comparadas com o banco de dados para localizar correspondências e exibi-las na página de resultados. Se a cadeia de pesquisa contiver várias palavras separadas por espaços, o mecanismo de pesquisa trata cada espaço como um ‘logical and’.

A versão simples da pesquisa do catálogo é projetada para requerer o mínimo de espaço na página, de forma que você possa colocá-la em qualquer página sem que seja necessário reprojeter partes importantes da página. Na verdade, para fornecer o máximo benefício aos clientes, você deve considerar a inclusão de um bean de dados de pesquisa simples do catálogo na maioria das páginas da loja.

Pesquisa avançada do catálogo

A versão avançada do recurso de pesquisa do catálogo fornece uma facilidade de pesquisa robusta a seus clientes. Ela permite vários campos de entrada, o que significa que os clientes podem criar uma cadeia de pesquisa muito mais complexa. Ela também fornece suporte para expressões Booleanas, dependendo do atributo selecionado.

Adicionalmente, os clientes podem pesquisar com base em atributos ricos, como cor ou tamanho. Embora as duas técnicas de pesquisa avançada sejam suportadas, as expressões booleanas não podem ser utilizadas para pesquisar atributos ricos.

Devido à grande variedade de opções de pesquisa e à habilidade de especificar vários campos de entrada, a interface da pesquisa avançada

normalmente é apresentada a clientes como uma página separada na loja. Frequentemente, o link para a página de pesquisa avançada fica localizado na página de resultados da pesquisa simples, que convida os clientes a redefinir os resultados recebidos ou a expandir a pesquisa quando nenhum resultado foi retornado.

Incluindo Pesquisa do Catálogo no Site

Para incluir pesquisa do catálogo no site, é necessário incluir o bean de dados CatalogSearch em cada página na qual você deseja disponibilizar a pesquisa. Para obter as diretrizes de implementação, consulte as páginas de pesquisa que fazem parte das lojas de exemplo. As páginas de pesquisa são descritas na ajuda on-line do WebSphere Commerce.

Produtos Configuráveis

Os produtos configuráveis permitem a um cliente agrupar ou construir produtos, enquanto procura no catálogo on-line. Esse agrupamento de produtos é construído baseado nos requisitos do cliente junto com um conjunto de regras de configuração que são definidas para o agrupamento. No WebSphere Commerce, esse agrupamento de produtos é denominado um *kit dinâmico* e é baseado nas regras predefinidas e na interação do usuário com um configurador. Incluir um kit dinâmico em um pedido é semelhante a incluir um pacote. Como em um pacote, os componentes individuais de um kit dinâmico não podem ser modificados e a configuração inteira deve ser atendida como um todo. Ao incluir produtos configuráveis em seu catálogo, você pode fornecer flexibilidade para ajustar-se às necessidades do cliente.

Enquanto o WebSphere Commerce não fornece um configurador de produto, é fornecido suporte para integração com configuradores de produtos externos.

Para entender melhor como um configurador de produto funciona dentro do WebSphere Commerce, considere o seguinte cenário de compras:

Ao procurar em um catálogo eletrônico on-line, um cliente localiza um computador pessoal em que está interessado. Como esse computador é um kit dinâmico, ele precisa ser configurado através de um configurador externo antes de poder ser selecionado. O cliente seleciona o link **Configurar este produto** e, em seguida, interage com o configurador. Essa interação pode ser tão simples quanto responder algumas perguntas ou tão complexa quanto selecionar manualmente opções de configuração detalhadas para o computador. Quando o cliente conclui a interação com o configurador, o configurador retorna uma conta de materiais que representa o agrupamento de SKUs que constituem o kit dinâmico do computador totalmente configurado. O cliente pode então decidir adicionar esse computador configurado em seu carrinho do WebSphere Commerce. Se o cliente quiser alterar as opções de configuração desse computador, o WebSphere Commerce irá redirecioná-lo para o configurador externo, no qual um agrupamento modificado de SKUs poderá ser selecionado.

Parte 3. Administrando e Mantendo o Site e a Loja

Esta parte do manual introduz as principais fontes de informações disponíveis para um Administrador do Site para administrar e manter um site do WebSphere Commerce.

Capítulo 7. Gerenciamento do Site

No WebSphere Commerce, um Administrador do Site instala, configura e mantém o WebSphere Commerce e o software e hardware associado. O Administrador responde a avisos, alertas e erros do sistema e diagnostica e soluciona problemas do sistema. Essa função normalmente controla o acesso e a autorização (criando e atribuindo membros à função apropriada), gerencia o Web site, monitora o desempenho e gerencia tarefas de equilíbrio de carga. O Administrador do Site também pode ser responsável por estabelecer e manter diversas configurações do servidor para diferentes etapas do desenvolvimento: como teste, preparação e produção. Essa função também efetua backups críticos no sistema e resolve problemas de desempenho.

O Administrador do Site deve ter os seguintes conhecimentos de pré-requisito:

- Habilidades na administração do banco de dados
- Habilidades na administração do Servidor Web
- Habilidades na administração do WebSphere Application Server
- Habilidades básicas de XML equivalentes

O Administrador do Site pode utilizar as ferramentas e os recursos a seguir.

Gerenciamento de Sistema

O componente de gerenciamento de sistema do WebSphere Commerce fornece um sistema com confiabilidade, disponibilidade e de fácil manutenção. O WebSphere Commerce cria logs de mensagens para notificar administradores de condições anormais no sistema. As informações de diagnóstico permitem que o administrador determine o motivo dos erros e retifique o problema.

Além disso, o IBM HTTP Server, o WebSphere Application Server e o DB2 Universal Database oferecem ferramentas de gerenciamento de sistemas para configuração, monitoramento e ajuste.

Neste release, vários aperfeiçoamentos foram para gerenciamento de sistemas:

- Aperfeiçoamentos de administração:
 - As opções de gerenciamento de sistemas podem ser instaladas separadamente, através da instalação Personalizada do WebSphere Commerce.
- Aperfeiçoamentos de determinação de problemas:
 - A ferramenta PD (Determinação de Problemas) do WebSphere Commerce valida automaticamente a correção da instalação do WebSphere Commerce e a criação da instância.
 - JRas, a infra-estrutura de registro do WebSphere Commerce consolidada com o WebSphere Application Server para permitir a utilização de ferramentas comuns e para correlacionar os dados de registro através do sistema.
 - Informações de mensagens estendidas, uma biblioteca consolidada de explicações e ações sugeridas para cada uma das mais de 1300 mensagens do commerce. Essas informações foram integradas com e podem ser recuperadas a partir da ajuda on-line, a ajuda do WebSphere Application Server Log Analyzer, do WebSphere Studio Application Developer e do AST ou o Console do Administrador do WebSphere Application Server. Todas as

mensagens estendidas estão disponíveis na ajuda on-line do WebSphere Commerce e do WebSphere Commerce Studio.

- Aperfeiçoamentos de monitoração de desempenho:
 - A utilização integrada do PMI (Performance Monitoring Interface) do WebSphere Application Server permite que os dados do WebSphere Commerce sejam visualizados através do Tivoli Performance Viewer.

Para obter informações adicionais sobre o gerenciamento de sistemas, consulte o *WebSphere Commerce - Guia de Administração*.

Serviço de Mensagens

O Serviço de mensagens envia mensagens do WebSphere Commerce para usuários e sistemas. Eles fornecem uma API (Interface de Programação de Aplicativo) de sistema de mensagens comum para diferentes tipos de notificação. Os tipos suportados incluem e-mail de divulgação do comerciante e do cliente e notificação de pedido por meio de um servidor SMTP (Simple Mail Transfer Protocol). O serviço do Sistema de Mensagens também fornece entrega assíncrona de mensagens por meio do WebSphere MQSeries.

O sistema de mensagens do WebSphere Commerce permite ao WebSphere Commerce comunicar-se com o ambiente externo. Essa comunicação inclui o envio de mensagens para e a recepção de mensagens dos sistemas de backend ou sistemas externos, assim como o envio de notificação a clientes e administradores cujos eventos ocorreram no WebSphere Commerce. Releases anteriores do WebSphere Commerce utilizavam o IBM CCF (Common Connector Framework) para o sistema de mensagens. O WebSphere Commerce 5.5 foi migrado ao J2EE/CA (Java 2 Enterprise Edition Connector Architecture) padrão, apesar da funcionalidade do sistema de mensagens permanecer o mesmo.

Administration Console

O Administration Console permite que um Administrador de Site execute tarefas relacionadas à configuração do site e da loja. As tarefas executadas pelo Administrador de Site, utilizando o Administration Console, incluem o seguinte:




- Especificar as definições do WebSphere Commerce Payments
- Configurar log e rastreamento
- Ativar e desativar componentes do WebSphere Commerce
- Programar jobs a serem executados para o site
- Atualizar componentes de registro

Configuration Manager

O Configuration Manager estabelece e altera a infra-estrutura necessária para implementar e executar o WebSphere Commerce. O estabelecimento da infra-estrutura envolve a aquisição de informações relativas à localização do banco de dados, do servidor Web e do WebSphere Commerce Payments e quaisquer informações necessárias requeridas para configurar estes aplicativos para uso com o WebSphere Commerce. Também envolve a determinação das informações de configuração de sua máquina e todas as informações necessárias para inicializar o próprio aplicativo WebSphere Commerce.

O Configuration Manager permite que o Administrador de Site execute tarefas de administração e configuração sem ter que trabalhar com arquivos de configuração sensíveis à sintaxe. Estas são algumas das funções que podem ser executadas pelo Administrador de Site:

- Criar ou excluir uma instância do WebSphere Commerce
- Alterar as definições de configuração para uma instância do WebSphere Commerce
- Configurar o servidor Web
- Configurar o banco de dados para servir como um servidor intermediário
- Digitar parâmetros para o WebSphere Commerce Payments

   O Configuration Manager contém, agora, ferramentas para criar o espaço de tabelas e os usuários do Oracle e para configurar os servidores Web remotos.

Além disso, há neste release uma nova ferramenta do Gerenciador de Senhas, que permite aos usuários gerenciar suas senhas do WebSphere Commerce, a partir de uma localização única.

Para obter informações adicionais sobre o Configuration Manager, consulte o *Guia de Instalação do WebSphere Commerce* apropriado para sua plataforma e edição.

Organization Administration Console

O Organization Administration Console permite que você e os administradores do comprador controlem as organizações que acessam seu site ou loja. Essa interface do lado do comprador permite que o administrador do comprador aprove os clientes de sua organização e os pedidos efetuados por esses clientes. O administrador do comprador também pode atribuir níveis de acesso a seus membros.

Na Versão 5.4, todas as funcionalidades relacionadas à administração da organização foram movidas do Administration Console para o Administration Console da Organização. Neste release, as novas funcionalidades incluem:

- Pesquisa das organizações sob o menu **Gerenciamento da Organização**. A lista de organização aparece com a lista de organizações correspondentes aos critérios de pesquisa, como um nome ou uma organização pai.
- Inclusão ou exclusão de membros de um grupo ao qual pertencem implicitamente utilizando o menu **Gerenciamento de Membros**.
- Trava ou destrava de uma organização sob o menu **Gerenciamento de Membros**. A trava de uma organização evita que usuários descendentes dessa organização efetuem logon.

Para obter informações adicionais sobre o Organization Administration Console, consulte a ajuda on-line e o *WebSphere Commerce - Guia de Administração*.

Recursos de Informações

A seguir são listados os recursos de informações sobre o produto para Administradores do Site:

Instalação e Configuração

- *WebSphere Commerce - Iniciação Rápida*

- *WebSphere Commerce - Guia de Instalação*
- *WebSphere Commerce - Guia de Software Adicional*

Migração

- *WebSphere Commerce - Guia de Migração*

Segurança

- *WebSphere Commerce Security Guide*

Administração

- *WebSphere Commerce - Guia de Administração*
- *WebSphere Commerce Connectivity and Notification*

Conectando com Sistemas Externos

- Ajuda On-line do WebSphere Commerce

Determinação de Problemas

- Consulte as Technotes na página de suporte do WebSphere Commerce.

Versões atualizadas destas publicações estão disponíveis na página WebSphere Commerce Technical Library.

Parte 4. Executando a Fachada da Loja

Esta parte do manual introduz as tarefas principais envolvidas na operação do dia-a-dia de operação da fachada da loja. Para executar as tarefas descritas nesta seção, utilize o WebSphere Commerce Accelerator, que é uma ferramenta baseada em navegador.

O WebSphere Commerce Accelerator permite manter lojas on-line, hubs e catálogos, executando várias operações da loja, do gerenciamento da aparência e do comportamento da loja à criação e manutenção de pedidos e monitoração de atividades da loja.

Se você tiver autorização para trabalhar com muitas lojas, quando registrar-se no WebSphere Commerce Accelerator, selecione a loja e o idioma com os quais deseja trabalhar. Se você estiver autorizado para trabalhar com uma única loja, o nome da loja estará pré-selecionado durante o logon. Além disso, se a loja suportar mais de um idioma, você poderá selecionar o idioma com o qual deseja trabalhar. Por último, se você estiver atribuído a uma função com tarefas de distribuição também poderá escolher o centro de distribuição associado à loja quando efetuar logon.

As tarefas autorizadas para serem executadas na sua função são exibidas nos menus da home page do WebSphere Commerce Accelerator. Essas tarefas baseiam-se nas funções do usuário, nos níveis de autoridade e no modelo de negócios e tipo da loja.

Os modelos de negócios e tipos de loja a seguir são suportados pelo WebSphere Commerce Accelerator, e dependendo da função do usuário ao efetuar login no WebSphere Commerce Accelerator, você verá e poderá acessar diferentes menus e opções de menu da home page.

- Exibição de consumidor direto
- Exibição de B2B direto
- Exibições de cadeia de valores:
 - Loja de recursos de catálogo
 - Hospedagem:
 - Hub de hospedagem
 - Loja hospedada de recursos de fachada da loja
 - Loja Hospedada
 - Cadeia de demanda:
 - Hub de canal
 - Loja de recursos de fachada da loja do revendedor
 - Loja hospedada para revendedores
 - Cadeia de fornecimento:
 - Hub de fornecedor
 - Loja de recursos de fornecedor
 - Loja hospedada para fornecedores

Vá para o seguinte URL:

`https://host_name:8000/accelerator`

em que `host_name` é o nome do WebSphere Commerce Server.

Capítulo 8. Gerenciando o Inventário

Este capítulo descreve tarefas chave na configuração do sistema de inventário e gerenciamento de inventário no centro de distribuição. Várias funções diferentes, ou tipos de usuários, trabalham com inventário no centro de distribuição, cada seção descrevendo uma função específica.

► B2C

Gerente de Operações ou

► B2B

Gerente de Logística

- Manutenção de informações sobre o centro de distribuição.
- Manutenção dos motivos de devolução.
- Criação de Relatórios do Gerenciamento de Devoluções

Comprador

- Manutenção de informações sobre fornecedores
- Manutenção de informações sobre produtos
- Gerenciamento do inventário esperado

Recebedor

- Recebimento do inventário esperado
- Ajuste da quantidade do inventário
- Criação de um recibo de inventário específico
- Recebimento de mercadorias devolvidas

Administrador de Devoluções

- Disposição da mercadoria devolvida

Determinando como Gerenciar o Inventário

O inventário inclui tudo o que pode ser contado fisicamente em um centro de distribuição. Há definições específicas de tipos de inventários que podem ser atendidos, como itens, produtos, SKUs, pacotes configuráveis, pacotes e kits dinâmicos; mas são todos considerados como inventário. Durante a fase de instalação e planejamento de seu site, o

► B2C

Gerente de Operações ou

► B2B

Gerente de Logística deve trabalhar em conjunto com a equipe de desenvolvimento da loja para determinar um método apropriado de gerenciamento do inventário.

O WebSphere Commerce suporta os seguintes métodos de gerenciamento de inventário:

- Utilizar as ferramentas ATP (Available to Promise) no WebSphere Commerce Accelerator para monitorar e gerenciar o inventário.

Esse método considera apenas o inventário vendido pela loja on-line. O WebSphere Commerce não tem conhecimento de nenhum outro método de venda de seus produtos.

- Utilizar um sistema externo para monitorar e gerenciar o inventário.
Neste método, o site configuraria o WebSphere MQSeries e o sistema de mensagens para se comunicar entre o WebSphere Commerce e o centro de distribuição.
- Utilizar o WebSphere Commerce sem o suporte ao ATP (Available to Promise)
Para compatibilidade com versões anteriores, se você utilizava comandos de tarefas em releases anteriores do produto para fazer interface com seu próprio sistema de inventário, como os comandos ResolveFulfillmentCenter, CheckInventory, UpdateInventory e ReverseUpdateInventory, é possível continuar a utilizar implementações padrão de comandos de tarefa para esses comandos. O sistema WebSphere Commerce determina qual conjunto de interfaces deve ser utilizado por meio de uma definição do sinalizador de configuração.

Se o site utilizar um dos dois primeiros métodos, há ferramentas disponíveis para saber qual inventário é ATP (Available to Promise). O ATP fornece um mecanismo para garantir que os compromissos feitos com clientes sejam baseados em informações que o vendedor tem sobre o inventário esperado, bem como sobre o inventário disponível atualmente. Você poderá gerenciar os Registros de Inventário Esperado (a previsão de recebimento de inventário de um fornecedor por um centro de distribuição) e rastrear e gerenciar o inventário.

Alocação de Inventário

O inventário disponível é determinado examinando-se todos os recebimentos de um item disponível para uma loja e considerando qualquer inventário reservado (para um leilão ou qualquer outra finalidade) ou alocado para pedidos em espera.

Gerenciando o inventário utilizando o WebSphere Commerce Accelerator

O WebSphere Commerce fornece ferramentas para gerenciamento de inventário:

- A interface para gerenciamento de inventário permite monitorar e gerenciar seu inventário de produtos.
- Atualização do inventário em tempo real, à medida que os produtos são pedidos ou devolvidos pelos clientes.
 - Os clientes poderão ver se os produtos incluídos em seu pedido estão atualmente pendentes. Com base nessa informação, os clientes podem decidir se cancelam ou separam os pedidos.
 - Representantes de Atendimento ao Cliente ou Representantes de Contas poderão ver se existem produtos pendentes ao utilizar os blocos de notas Colocar Pedido do Cliente.
 - O

► B2B

Gerente de Vendas e o Comprador podem ver o status do inventário executando o relatório de Status do Inventário, descrito em na página 115.

- Suporte a pedido em espera.
 - Para permitir que sejam efetuados pedidos em espera para produtos específicos, o Gerente de Produtos selecione pedido em espera na página Atendimento do Produto do bloco de notas Produto.

- O Gerente de Produto também poderá forçar o estado de pedido em espera de um produto específico - para fazer isto, o Gerente de Produtos especifica Forçar Pedido em Espera na página Atendimento do Pedido no bloco de notas Produto.
- Para ver os produtos que estão no pedido em espera, execute o relatório Produtos no Pedido em Espera, descrito em na página 115.
- Criar um registro de inventário esperado.
- Criar recibos de inventário específicos para um centro de distribuição.
- Comparar o inventário recebido com o recibo de inventário esperado para um centro de distribuição.
- Verificar se o recebimento do inventário esperado está concluído.

Configurando o Sub-sistema de Inventário

Para utilizar as funções de inventário e de ATP em sua loja, defina as seguintes funções:

- Centros de Distribuição
- Códigos de ajuste do inventário, consulte o *WebSphere Commerce Store Development Guide*.
- Códigos de razão de devolução
- Fornecedores
- Produtos

Centro de Distribuição

Os centros de distribuição são utilizados tanto como depósitos de inventário como centros para envio e recebimento. Uma loja poderá ter um ou mais centros de distribuição associados a ela. No WebSphere Commerce Accelerator, um usuário atribuído à função Vendedor,

 B2C

Gerente de Operações ou

 B2B

Gerente de Logística, Comprador, Administrador de Devoluções, Recebedor ou Empacotador seleciona um centro de distribuição no momento do logon. Você poderá mudar para um centro de distribuição diferente sem ter de efetuar logoff, clicando no canto superior esquerdo do WebSphere Commerce Accelerator.

O

 B2C

Gerente de Operações ou o

 B2B

Gerente de Logística pode exibir, criar, alterar ou excluir uma centro de distribuição.

Fornecedores

Um fornecedor é qualquer organização a partir da qual sua loja adquire mercadorias. Fornecedores são definidos pelo Comprador. O Comprador poderá exibir uma lista de todos os fornecedores, criar um novo fornecedor, alterar um fornecedor existente e excluir um fornecedor.

Para criar um novo fornecedor, forneça as seguintes informações: nome, endereço e informações para contato do fornecedor.

Os registros de inventário esperados são mostrados pelo fornecedor, ID Externo (geralmente um número de pedido de compra) e data do pedido na página de Inventário Esperado.

Produtos

Para que o inventário possa ser recebido no centro de atendimento, deve existir um registro correspondente do produto. Os registros de produtos são criados quando a loja é criada. O Gerente de Produto pode criar e atualizar produtos utilizando o WebSphere Commerce Accelerator. Para obter informações adicionais, consulte Capítulo 9, “Gerenciando o Catálogo”, na página 59.

Gerenciando o Inventário

Esta seção descreve o ciclo de registro do inventário esperado, até que o inventário seja recebido e classificado como inventário disponível. O inventário poderá ser recebido utilizando um dos seguintes métodos:

- Inventário que tem um registro de inventário esperado associado.
- Inventário não esperado ou inventário não recebido como esperado.

Registros de Inventário Esperado

Um registro de inventário esperado lista itens que um centro de distribuição espera receber. Cada registro de inventário esperado contém as seguintes informações: nome do fornecedor, data do pedido, detalhes do inventário e, opcionalmente, um ID externo. Os detalhes do inventário contêm informações como o SKU do produto, centro de distribuição, data esperada, quantidade, unidade de medida e comentários. Um registro de inventário esperado pode conter informações sobre um ou mais produtos. O Comprador poderá exibir, alterar, adicionar, fechar, receber e excluir registros de inventário esperados.

Um registro de inventário esperado não pode ser excluído depois que o inventário foi recebido nele, e os detalhes do inventário esperado não podem ser alterados ou excluídos, pois qualquer um desses inventários foi recebido.

Quando os pedidos são colocados para inventário que está disponível em um centro de distribuição, o WebSphere Commerce aloca inventário para esses pedidos. A alocação de inventário para um pedido torna-o indisponível para o sistema de pedido. Se o pedido for cancelado, o inventário se torna disponível novamente.

Se for efetuado um pedido para um inventário que não esteja disponível, pode ser criado um pedido pendente. Se houver inventário esperado que poderá ser utilizado para atender o pedido, o inventário será alocado sobre um registro de inventário esperado.

Recebimentos de Inventário Não-Esperado

Os recebimentos de inventários não-esperados são criados quando o inventário chega em um centro de distribuição, sem um registro de inventário correspondente esperado. Pode ser devido a uma chegada de inventário inesperada ou porque o Vendedor optou por não utilizar registros de inventário esperado para registrar recebimentos de inventário.

Procedimentos Etapa por Etapa

O que você pode fazer		Consulte o tópico...
Desenvolvedor de aplicativos	Entender e configurar o sistema de inventário	<i>Recursos de Inventário no WebSphere Commerce Store Development Guide.</i>
	Entender como o sistema de inventário é implementado em uma loja.	<i>WebSphere Commerce - Guia de Loja de Exemplo</i>
	Entender o modelo de dados no que diz respeito ao inventário e atendimento	<i>Modelo de Dados na Ajuda On-line do WebSphere Commerce Studio.</i>
<p>► B2C</p> <p>Gerente de Operações ou</p> <p>► B2B</p> <p>Gerente de Logística</p>	Trabalhar com recursos de inventário e atendimento no WebSphere Commerce Accelerator	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Centros de Distribuição</i> • <i>Liberações e Envios</i> • <i>Ajustes no Inventário</i> • <i>Recebimentos de Inventário ad hoc</i> <p>na Ajuda On-line do WebSphere Commerce.</p>

Capítulo 9. Gerenciando o Catálogo

Este capítulo descreve as seguintes tarefas:

- Gerenciamento de categorias
- Gerenciamento de produtos

No WebSphere Commerce, as principais ferramentas para criação e gerenciamento de informações de catálogo são o Loader Package e as ferramentas de gerenciamento de produto do WebSphere Commerce Accelerator. Para obter informações adicionais sobre a utilização do Loader para criar um catálogo, consulte o Capítulo 6, “Criando seu Catálogo On-line”, na página 37. Essa ferramenta é executada pelo Administrador do Site. O Gerenciador de Produtos e o Gerenciador de Categoria podem atualizar produtos utilizando as ferramentas fornecidas no WebSphere Commerce Accelerator. O WebSphere Commerce Accelerator também fornece uma ferramenta para fazer upload de dados do catálogo de um arquivo CSV (Comma Separated Value).

Gerenciamento de Categorias

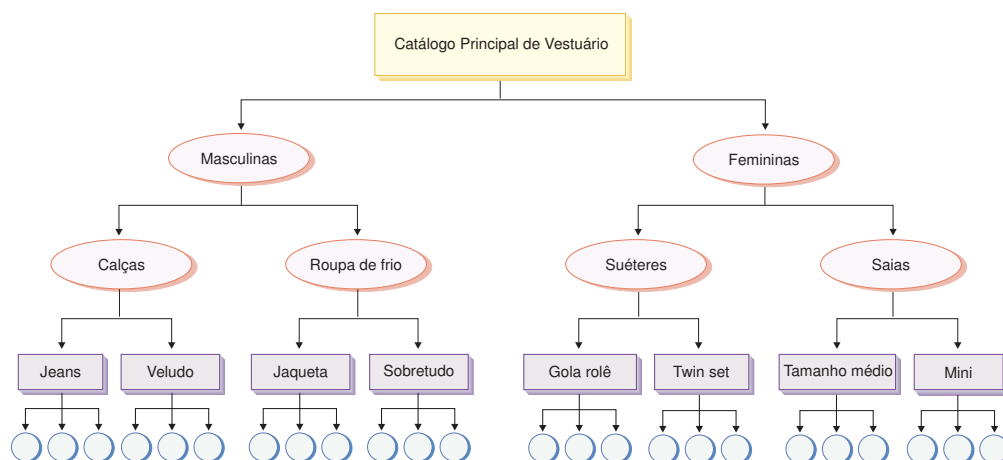
O gerente de categorias gerencia a hierarquia de categorias, criando, alterando e excluindo categorias.

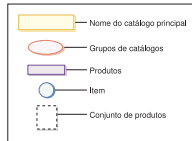
O catálogo principal é a ferramenta central para gerenciar as mercadorias de sua loja. O catálogo principal contém todas as informações de catálogo de que a loja necessita. Esse é o único catálogo contendo todas as entradas. No WebSphere Commerce, o catálogo é multilíngüe, isso é, as descrições, os atributos e as imagens podem variar de acordo com o idioma.

A estrutura do catálogo utilizada na loja depende do modelo de negócios da loja.

O Catálogo Principal em uma Loja Direta ao Consumidor

Utilizar a ferramenta de Gerenciamento de Produtos para exibir o catálogo fornece uma representação do catálogo principal.

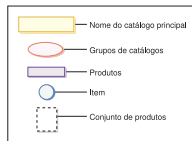
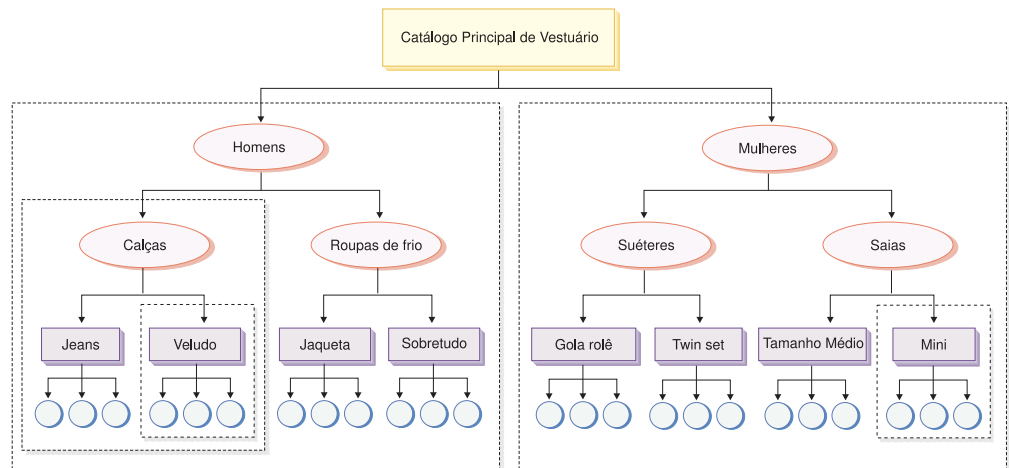




Essa parte do catálogo mestre segue uma navegação básica para uma loja que contém roupas Masculinas e Femininas. Após os dois grupos de catálogos principal ou pai, estão os grupos de catálogos adicionais (Calças, Roupas de Frio, Suéteres e Saias), avançando para os produtos (Jeans, Veludo, Jaqueta, Sobretudo, Gola rolê, Twin set, Tamanho médio e Mini) e seus SKUs relacionados.

O Catálogo Principal em uma Loja Direta aos Negócios

Utilizar a ferramenta de Gerenciamento de Produtos para exibir o catálogo fornece uma representação do catálogo principal.



Essa parte do catálogo mestre segue uma navegação básica para uma loja que contém roupas Masculinas e Femininas. Após os dois grupos de catálogos principal ou pai, estão os grupos de catálogos adicionais (Calças, Roupas de Frio, Suéteres e Saias), avançando para os produtos (Jeans, Veludo, Jaqueta, Sobretudo, Gola rolê, Twin set, Tamanho médio e Mini) e seus SKUs relacionados.

Essa seção do catálogo mestre contém conjuntos de produtos que particionam o catálogo em subconjuntos lógicos e permitem mostrar partes diferentes de seu catálogo a participantes de contrato diferentes. Você pode utilizá-los para fazer o seguinte:

1. Ajustar o preço de produtos em uma lista de preços.
2. Incluir ou excluir partes do catálogo principal em um contrato. Isso é referido como *direitos* ou *limitações de seleção de produto*.

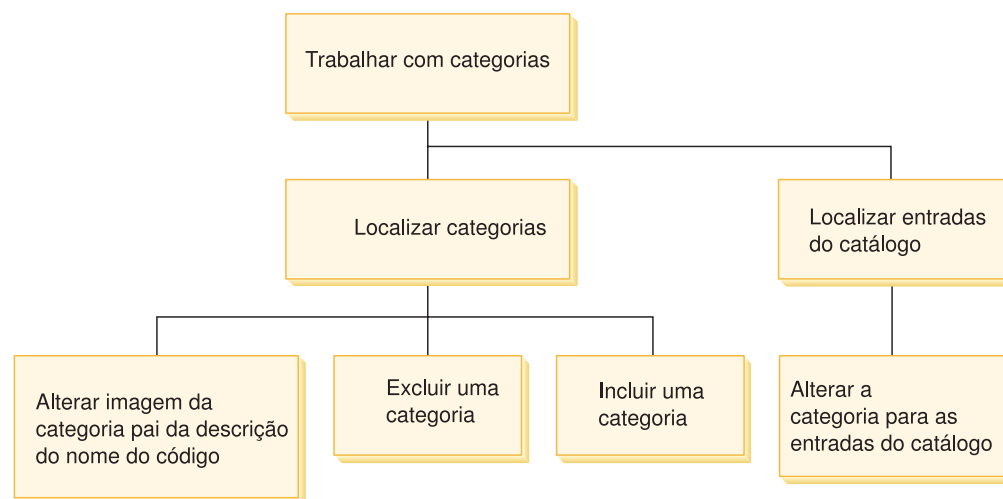
Uma política de lista de preços específica os preços de uma coleção de produtos. Esses preços podem ser em várias moedas. A política de lista de preços pode incluir preços baseados na quantidade. O WebSphere Commerce cria uma lista de preços para todos os produtos no catálogo principal de uma loja. A política de lista de preços é a base dos preços de todos os produtos do catálogo principal. Os contratos fazem referência à política de lista de preços; o contrato pode oferecer

ajustes de porcentagem a partir do preço base. Os contratos permitem que uma organização cliente compre produtos de uma loja ou de um grupo de lojas a um preço especificado por um período específico de tempo, sob condições específicas. Cada conjunto de produtos pode ser referenciado por um ou mais contratos. Nesse caso, um conjunto de usuários pode visualizar o conjunto de produtos que contém Calças, enquanto outro pode visualizar o conjunto de produtos que contém Calças de veludo, e assim por diante. Os usuários podem participar de mais de um contrato.

Gerenciando Categorias

Você pode visualizar as categorias e a hierarquia de categorias do catálogo. Visualizando as associações pai e filho entre as categorias, é possível determinar onde as categorias adicionais podem ser necessárias e onde algumas categorias existentes precisam ser alteradas ou excluídas. Por exemplo, se você quiser adicionar uma categoria para fitas de vídeo relacionadas a música, poderá rever a lista de categorias para determinar se a nova categoria seria ou não uma categoria-pai ou se deveria ser associada a uma categoria existente. No WebSphere Commerce, é possível ter um número ilimitado de níveis hierárquicos.

Uma categoria é um grupo de objetos que tem propriedades semelhantes. Categorias são utilizadas para organizar produtos ou serviços oferecidos pela loja. O Gerente de Categoria pode criar, localizar, listar, alterar e excluir categorias. É possível classificar produtos e SKUs sob diferentes categorias pai.



Procedimentos Etapa por Etapa

O que você pode fazer		Consulte o tópico...
Gerenciador de Categoria	<ul style="list-style-type: none"> • Criar uma categoria • Alterar uma categoria • Alterar a categoria-pai de uma categoria-filho • Excluir uma categoria 	"Trabalhando com o catálogo" na Ajuda On-line do WebSphere Commerce.
Gerente de Categorias Gerente de Produtos	Alterar uma categoria que uma entrada de catálogo exibiu em	"Trabalhando com o catálogo" na Ajuda On-line do WebSphere Commerce.

O que você pode fazer		Consulte o tópico...
Gerente de Categorias	Criar um conjunto de produtos	"Selecionando uma Categoria para Utilização do Contrato" na Ajuda On-line do WebSphere Commerce.

Catálogo

As políticas de negócios do catálogo definem o escopo e as características dos produtos para venda, incluindo preços e categorização no catálogo principal da loja. Você poderá criar as seguintes políticas de negócios de catálogo:

Gerenciamento de Produtos

O gerenciamento de produtos refere-se ao processo de gerenciamento de entradas do catálogo. No WebSphere Commerce, há vários tipos de entradas de catálogo, como a seguir:

Produtos

Os produtos agem como gabaritos de SKUs, os itens individuais de mercadorias que, no final, são vendidos para um cliente. O assistente de produto permite criar novos produtos para o catálogo. Utilize o bloco de notas de produtos para visualizar ou alterar os detalhes do produto, como nomes, descrições e imagens ou excluir produtos do catálogo. Você pode atualizar os impostos dos produtos, os descontos e as categorias de envio, além de adicionar medidas de envio de cada produto. Também pode personalizar as opções de atendimento do produto, como rastreamento de inventário ou colocação em espera de um produto de um pedido.

SKUs Depois de criar um produto, é necessário criar SKUs para representar cada item que pode ser pedido de mercadorias à venda. Todos os SKUs relacionados a um determinado produto exibem o mesmo conjunto de atributos e são distinguidos por seus valores de atributos. Crie SKUs utilizando o assistente para SKU. Ou pode gerar SKUs automaticamente para um produto, depois de ter criado todos os atributos requeridos do produto. O bloco de notas de SKU permite visualizar ou alterar os detalhes do SKU, como nomes, descrições, imagens e excluir SKUs do catálogo. Você pode atualizar os impostos de vendas, os descontos e as categorias de envio, além de adicionar medidas de envio de cada SKU.

Pacotes e kits

Pacotes e kits são agrupamentos de entradas de catálogo. Utilizadas com finalidade promocional, as entradas de catálogo nos pacotes e kits são agrupadas para atrair os clientes.

Kit pré-construído

Uma coleta de entradas de catálogo que não podem ser vendidas separadamente. Por exemplo, um kit pré-construído de computador pode conter uma unidade de processamento central, um monitor e uma unidade de disco rígido específicos. Um kit pré-construído tem seu próprio valor e pode ser adicionado ao carrinho de compras. Depois de adicionado, não é possível alterar o conteúdo desse kit. Visualizado de maneira similar como um produto, um kit pré-construído possui atributos de definição.

A imagem a seguir mostra um kit na loja de exemplo FashionFlow.



Observe que o cliente não pode remover SKUs do kit.

The screenshot shows the 'Carrinho de compras' (Shopping Cart) page on the FashionFlow website. The page is displayed in Portuguese. The cart contains five items, each with a quantity of 1 and a 'Remover' (Remove) link. The items are:

Quantidade	Item	Preço	Total	
1	Conjunto de saia e top Tamanho do top: pequeno cor: branco Tamanho da saia: 8 cor: cinza	R\$ 87,96	R\$ 87,96	Remover
1	Conjunto de saia e top Tamanho do top: pequeno cor: branco Tamanho da saia: 8 cor: cinza	R\$ 87,96	R\$ 87,96	Remover
1	Carteira clássica Cor: preto	R\$ 54,66	R\$ 54,66	Remover
1	Cinto clássico Tamanho: 28 Cor: preto	R\$ 62,72	R\$ 62,72	Remover
1	Conjunto de saia e top Tamanho do top: pequeno cor: branco Tamanho da saia: 8 cor: cinza	R\$ 87,96	R\$ 87,96	Remover

Subtotal: R\$ 381,26 [Atualizar totais](#)

< Continuar comprando [Compra rápida](#) > ou [Comprar](#) >

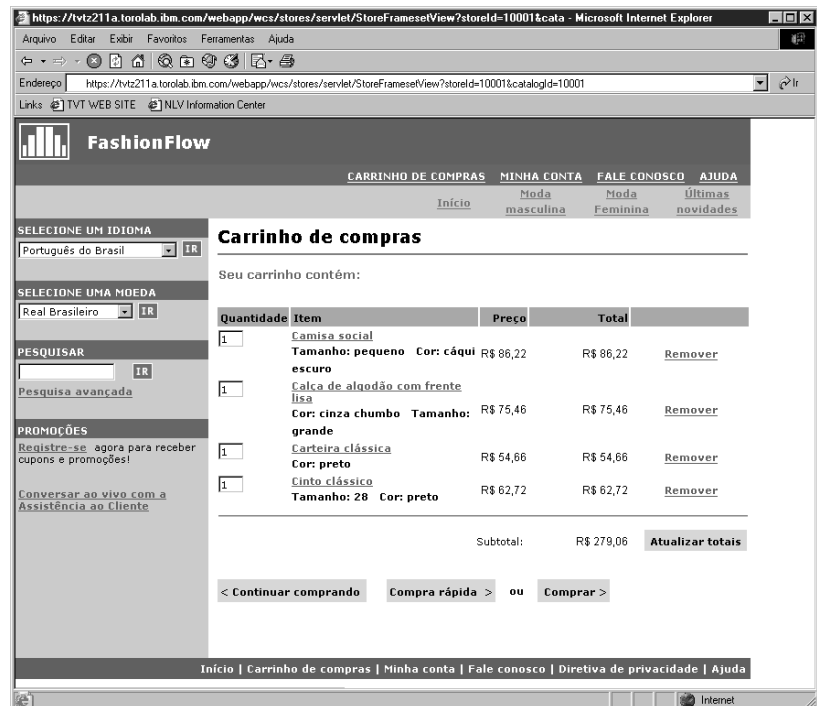
Pacote Uma coleta de entradas de catálogo que permitem aos clientes comprar várias mercadorias com um clique. Por exemplo, quando um pacote para um computador é uma unidade de processamento central, um monitor, uma unidade de disco rígido e uma unidade de CD-ROM, os componentes podem ser vendidos separadamente. O preço de um pacote é composto pelas diferentes entradas de catálogo. Um pacote não pode ser comprado diretamente.

A imagem a seguir mostra um pacote na loja de exemplo FashionFlow.

The screenshot shows a web browser window with the following elements:

- Browser Address Bar:** <https://vt211a.torolab.ibm.com/webapp/wcs/stores/servlet/StoreFrameServlet?storeId=10001&catalogId=10001>
- Navigation Links:** TVT WEB SITE, NLV Information Center
- Language Selection:** SELECIONE UM IDIOMA (Português do Brasil)
- Currency Selection:** SELECIONE UMA MOEDA (Real Brasileiro)
- Search:** PESQUISAR (Pesquisa avançada)
- Promotions:** PROMOCÕES (Registre-se agora para receber cupons e promoções!)
- Live Chat:** Conversar ao vivo com a Assistência ao Cliente
- Product List:**
 - Conjunto esporte:** Esta combinação de camisa, calça e cinto é perfeita para dias informais no escritório. Uma carteira de couro completa o conjunto.
 - Camisa social:** R\$ 86,22. Camisa social 100% algodão, com colarinho simples e costura única. Pode ser usada com ou sem gravata! Lavável em máquina.
Quantidade: 1
Tamanho: pequeno
Cor: cáqui escuro
 - Calça de algodão com frente lisa:** R\$ 75,46. Use esta calça confortável, 100 % algodão, mas elegante, para trabalhar. Frente lisa, 2 bolsos com botão na parte de trás, zipper frontal e passador para cinto. Pré-lavada e pré-encolhida. Lavável em máquina.
Quantidade: 1
Cor: cinza chumbo
Tamanho: grande
 - Carteira clássica:** R\$ 54,86. Esta carteira dobrável em puro couro tem uma repartição para RG, compartimento para moedas e seis divisões para cartões.
Quantidade: 1
Cor: preto
 - Cinto clássico:** R\$ 62,72. Este cinto clássico fica ótimo com seu jeans favorito ou para usar no trabalho. 3,5 cm de largura, totalmente em couro, com uma sólida fivela de metal.
Quantidade: 1
Tamanho: 28

Observe que o cliente pode remover um ou mais SKUs do pacote.



Kits Estáticos

Um kit estático é um grupo de produtos que são solicitados como uma unidade. As informações sobre os produtos contidos em um kit estático são predefinidas e controladas no WebSphere Commerce. Os componentes individuais no pedido não podem ser modificados e devem ser preenchidos juntos. Um kit estático ficará pendente se algum dos componentes não estiver disponível.

Kits Dinâmicos

Um kit dinâmico é um SKU solicitável que consiste em um ou mais SKUs, ou componentes. A definição dos componentes que formam o kit não é conhecida até que o kit seja solicitado e configurado, por esta razão se chama kit dinâmico.

Algumas entradas de catálogo também podem ter atributos. Há dois tipos de atributos:

Atributos de definição

São propriedades de SKUs em uma loja on-line, como cor ou tamanho. Os valores de atributos são as propriedades de um atributo, como uma cor específica (azul ou amarelo) ou tamanho (médio). É necessário predefinir valores de atributos antes de atribuí-los a SKUs. Os valores de atributos são implicitamente relacionados a seus atributos. Cada combinação possível de atributos e valores de atributos equivalem a um novo SKU. Depois de criar atributos e seus valores, é possível atualizar informações, como nome, descrição e tipo (texto, números inteiros ou números decimais). Os atributos de definição também são utilizados para resolução de SKU.

Atributos descritivos

São apenas descrições adicionais. Por exemplo, alguns itens de roupas devem ser lavados somente a seco, nunca enxaguados. Um atributo descritivo pode especificar a condição de lavagem a seco. Ou se

equipamento eletrônico utiliza baterias AA ou AAA. Os atributos descritivos não são utilizados para resolução de SKU.

Características de Produtos, SKUs, Pacotes e Kits

No WebSphere Commerce Accelerator, as entradas de catálogo podem conter as seguintes características:

Nota: Observe que os Kits Dinâmicos podem ser exibidos nas ferramentas de Gerenciamento de Produtos, mas não criados. Os kits estáticos são criados primeiro como kits pré-construídos (e só podem ser exibidos como tais nas ferramentas de Gerenciamento de Produtos) mas o Administrador do Site pode alterar o kit pré-construído para um kit estático, executando um comando SQL:

	Produto	SKU	Pacote	Kits	
				Pré-construído	Dinâmico
Informações gerais Código Nome Data do anúncio Data de retirada Última atualização Exibir para clientes Para compra Em leilão	X	X	X	X	X
Descrição Descrição resumida Descrição longa 1 Descrição longa 2 Descrição longa 2	X	X	X	X	X
Imagens a serem exibidas em páginas da loja Imagem em tamanho normal Imagem em miniatura	X	X	X	X	X
Código de desconto	X	X		X	X
Informações sobre o fabricante Número de peça do fabricante Nome do fabricante	X	X	X	X	X
Imposto sobre vendas	X	X	X	X	X
Imposto sobre envio	X	X	X	X	X
URL	X	X	X	X	X
Unidades de medida para envio Peso Medida de peso Vendido em múltiplos deste valor Número de itens por pacote Unidade de medida	X	X	X	X	X

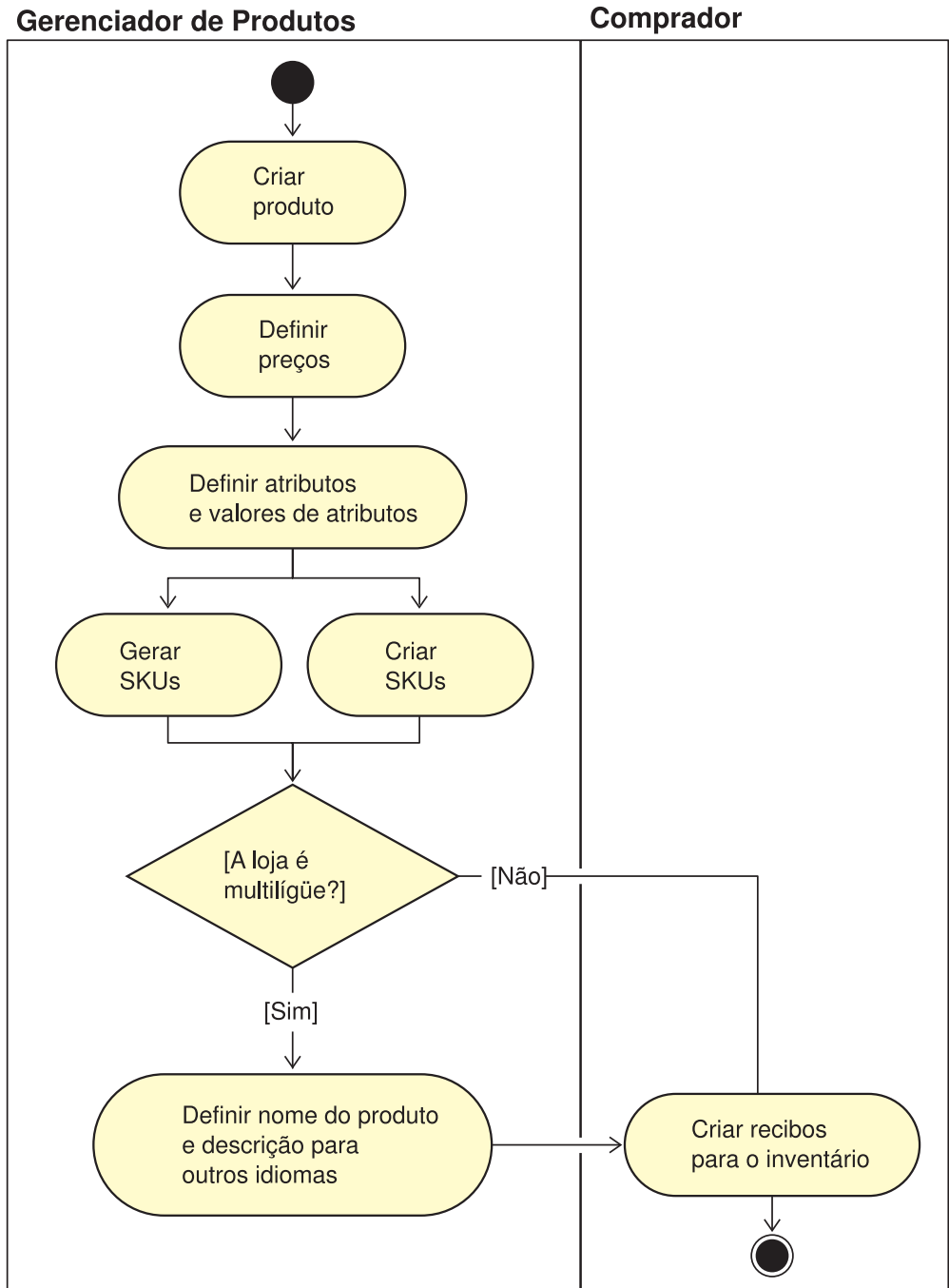
	Produto	SKU	Pacote	Kits	
				Pré-construído	Dinâmico
Atendimento do produto Rastrear Inventário Permitir pedido pendente Forçar pedido pendente Liberar separadamente Devolução Permitida Crédito Permitido Quantidade de rastreamento no inventário Unidade de medida de rastreamento no inventário	X			X	X
Categoria Agrupa o produto e todos os SKUs associados em uma categoria	X		X	X	X
Atributo Adiciona ou mantém valores do atributo de definição para um SKU		X		X	X

Criando Produtos, Atributos e SKUs

Depois que o Gerenciador de Categoria cria categorias no catálogo, o Gerenciador de Produtos pode criar entradas no catálogo.

O diagrama a seguir mostra as etapas necessárias para criar um novo produto utilizando o WebSphere Commerce Accelerator. Depois de concluir todas as etapas,

os clientes poderão ver e comprar o produto nas páginas da loja.



Procedimentos Etapa por Etapa

Para obter instruções etapa a etapa sobre como gerenciar o catálogo na loja, consulte a Ajuda On-line do WebSphere Commerce.

O que você pode fazer	Consulte o tópico...	
Gerente de Produtos	Anunciar um produto	Adicionando um Produto
	Descontinuar um produto	Alterando um Produto
	Retirar um produto	Alterando um Produto
	Especificar se o produto será exibido aos clientes	Ocultando um Produto
	Especificar se um produto pode ou não ser comprado em um período de tempo especificado.	Alterando um Produto
	Alterar uma informação para vários produtos simultaneamente (por exemplo, alterar o nome do fabricante para todos os produtos dentro de uma determinada categoria)	Localizando e Substituindo Texto na Tabela Dinâmica
	Listar todos os produtos que contêm um determinado valor de atributo	Localizando uma Entrada do Catálogo
	Preços Definir a faixa de preço de um produto Definir a faixa de preço de um SKU Definir a faixa de preço de um kit pré-construído	Adicionando um Preço em um Produto, Alterando o Preço de um Produto
	Adicionar uma descrição a um produto, por exemplo, lavagem a seco em uma camisa	Adicionando um Atributo Descritivo
	Criar um agrupamento de produtos para permitir aos clientes comprar facilmente vários produtos de uma vez, com a possibilidade de ainda remover um ou mais itens do grupo.	Criando um Pacote
	Criar uma coleta de produtos que não podem ser vendidos individualmente. Os clientes não poderão remover itens do grupo.	Criando um kit
	Adicionar um atributo adicional a um produto, como cor ou tamanho	Adicionando um Atributo Definidor
	Adicionar um valor de atributo adicional a um produto, como azul, ou pequeno.	Adicionando um Valor de Atributo
Excluir entradas do catálogo	Excluindo um Produto Excluindo um SKU Excluindo um Pacote ou Kit	

O que você pode fazer		Consulte o tópico...
Administrador de Site	Criando um Kit Estático	Criando um Kit Estático
Desenvolvedor de aplicativos	Criando um Catálogo	<i>WebSphere Commerce Store Development Guide.</i>

Capítulo 10. Gerenciando Informações do Cliente

Este capítulo descreve as informações de registro do cliente que podem ser alteradas por um Representante de Atendimento ao Cliente ou um Representante de Conta. Além de alterar as informações de registro do cliente, o RAC também pode registrar um cliente em uma loja, redefinir a senha do cliente e travar ou destravar a conta dos clientes.

Informações de Registro do Cliente

Um Representante de Atendimento ao Cliente pode gerenciar informações de clientes registrados. Clientes não-registrados ou convidados não têm informações armazenadas no banco de dados e, sendo assim, não há informações para gerenciar.

cliente não-registrado

Um cliente que não tem um ID de logon e senha para comprar na loja. O cliente não forneceu informações de registro, como informações de contato ou pessoais, e as listas de interesses nem os itens do carrinho de compras não serão mantidos para visitas futuras. Um cliente não-registrado é considerado como um convidado.

cliente registrado

Um cliente que forneceu informações para criar um perfil de registro. Esse cliente possui ID de logon e senha, que são solicitados ao fazer pedidos na loja. Todas as listas de itens de interesse ou itens do carrinho de compras são "salvos", de forma que o cliente não precise navegar pelo catálogo on-line quando fizer outras visitas.

Alterando Informações de Registro do Cliente

Para gerenciar informações do cliente, como o endereço, a senha ou o status da conta de um cliente, os Representantes de Atendimento ao Cliente ou Representante de Conta podem pesquisar clientes e atualizar as informações apropriadas. As informações de registro fornecidas pelo cliente dependem das informações coletadas na página Registro da loja. Algumas informações de registro podem ser opcionais. Para exibir ou atualizar as informações de um cliente, utilize o bloco de notas Informações de Clientes. O bloco de notas mostra o seguinte:

Geral Informações sobre segurança, uma pergunta e resposta de desafio com a finalidade de identificação e um status de certificado de segurança X.509, se for o caso. As informações gerais também incluem o nome completo do cliente, idioma e moeda preferidos para compras e o status da conta (ativada ou desativada).

Endereço

Endereço completo.

Contato


Informações para contato, tais como endereço de e-mail, números de telefone e fax. Os clientes podem indicar o método de comunicação de sua preferência e a melhor hora para telefonar. Os clientes também podem especificar se desejam ou não receber material promocional da loja.

Dados pessoais

Dados pessoais, tais como idade, sexo, estado civil, renda anual, número de moradores na residência, número de filhos, cliente cadastrado, profissão, funcionários e hobbies.

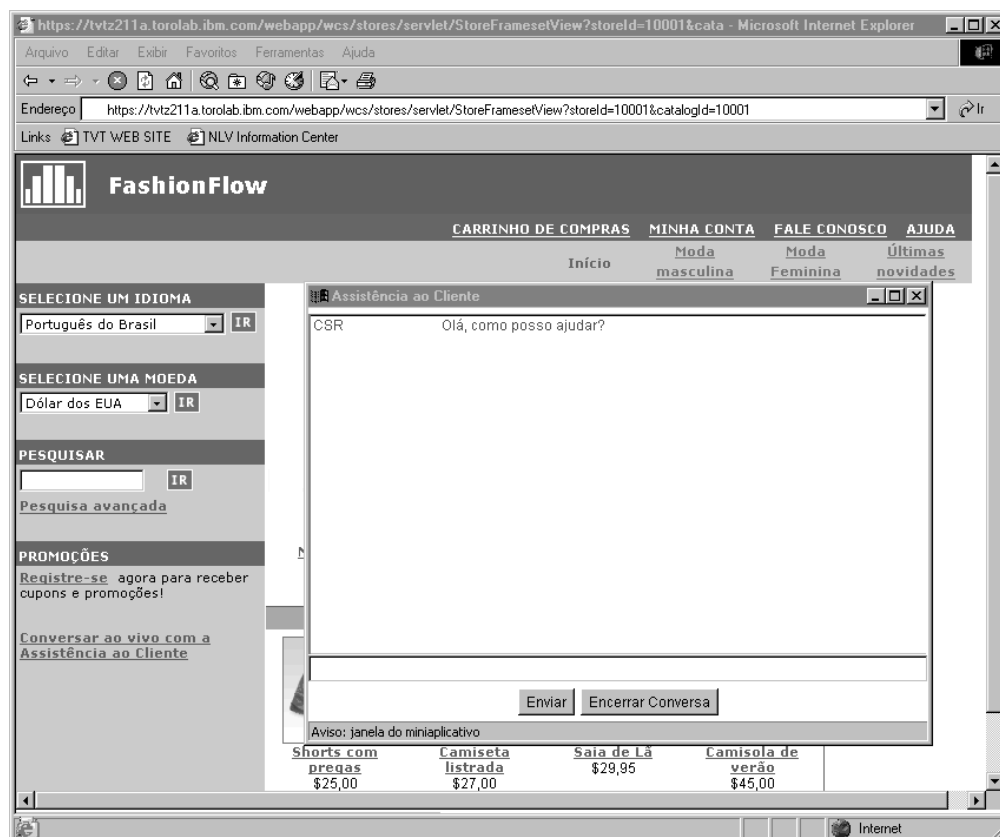
Procedimentos Etapa por Etapa

Representantes de Conta ou Representantes de Atendimento ao Cliente podem executar as seguintes tarefas:

O que você pode fazer		Consulte o tópico...
Representante de Atendimento ao Cliente Representante de Conta	Localização de um cliente Registrar um cliente em uma loja business-to-consumer Visualizar um resumo do cliente Travar ou destravar a conta de um cliente Redefinir a senha do cliente Alterar o endereço do cliente Alterar as informações de dados pessoais do cliente Alterar as informações de contato do cliente Especificar se o cliente não deseja receber e-mail promocional da loja	Consulte o tópico "Informações sobre o Cliente" na Ajuda On-line do WebSphere Commerce.
 Business Administrador do Site	Criar um usuário Alterar um usuário	Consulte o tópico "Informações sobre o Cliente" na Ajuda On-line do WebSphere Commerce.

Capítulo 11. Assistência ao Cliente

Esse recurso fornece suporte de atendimento ao cliente em tempo real através da interface de texto síncrona (IM - Instant Messaging) utilizando o Lotus Sametime entre um Representante de Atendimento ao Cliente e os clientes ou compradores da loja. Um cliente poderá entrar no site e clicar em um link na página da loja para entrar em contato com um RAC (Representante de Atendimento ao Cliente) para que as duas partes possam comunicar-se ou conversar através da Internet.



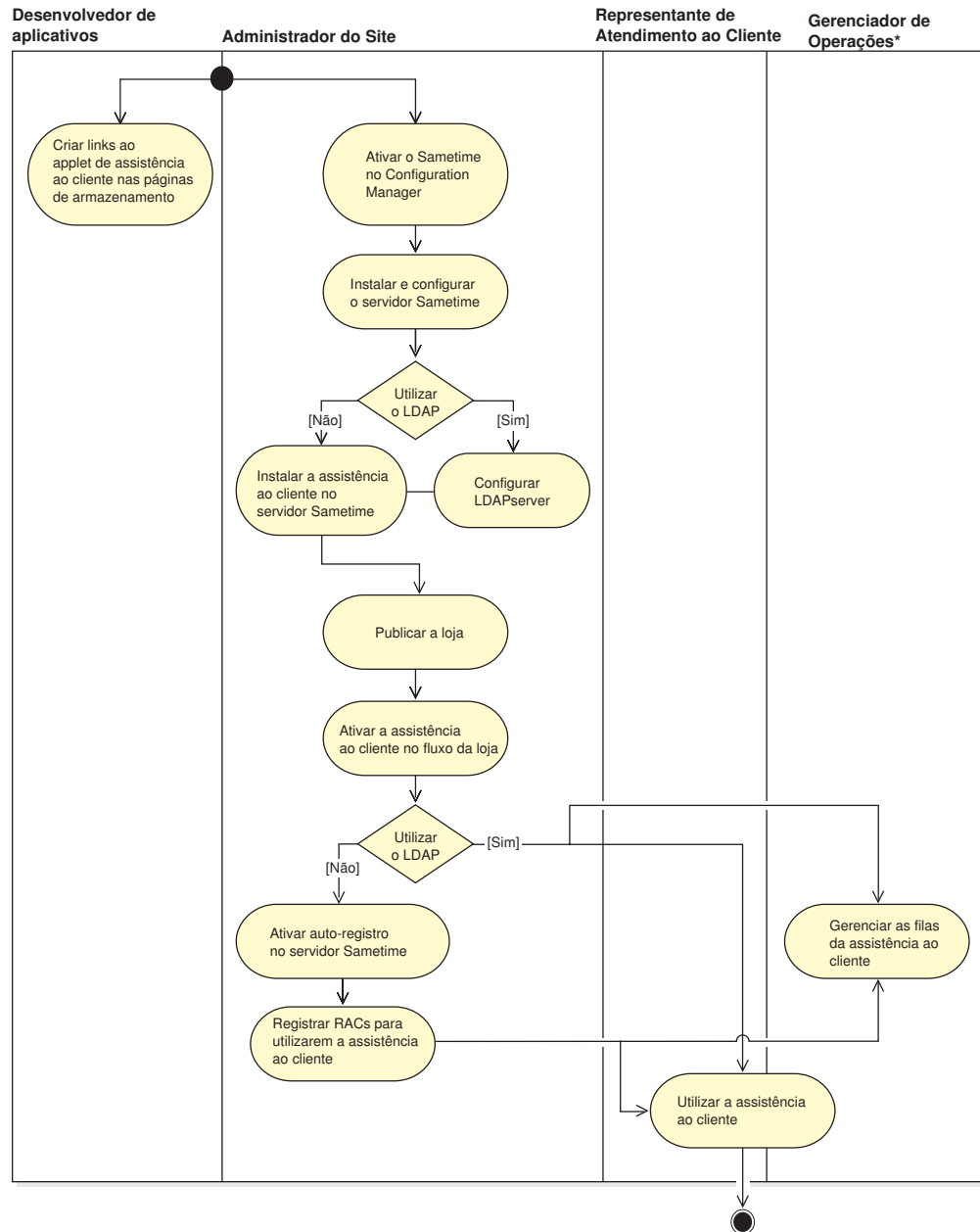
Um RAC acessa a interface de assistência ao cliente através do WebSphere Commerce Accelerator. Além disso, o RAC poderá exibir a página da loja em que o cliente precisa de ajuda, e recuperar informações sobre o carrinho de compras e sobre o perfil. Esta interface também permite que um RAC converse com outros RACs.

Neste release do WebSphere Commerce, o recurso de assistência ao cliente suporta, agora, filas. Os recursos-chave das filas de assistência ao cliente incluem o seguinte:

- Várias filas e a capacidade para RAC para rotear os clientes que aguardam assistência. O Gerenciador de Operações pode criar, alterar, excluir e atribuir RACs às filas, utilizando o WebSphere Commerce Accelerator. Os Representantes de Atendimento ao Cliente podem selecionar para servir qualquer cliente atribuído a suas filas.
- Os Representantes de Atendimento ao Cliente podem monitorar os atributos personalizados do cliente em uma loja.

Configurando e Utilizando a Assistência ao Cliente

O diagrama a seguir mostra o processo para configurar e utilizar a assistência ao cliente em uma loja. Consulte o “Procedimentos Etapa por Etapa” na página 77 para obter uma lista mostrando onde localizar informações adicionais sobre como executar cada tarefa.



Procedimentos Etapa por Etapa

O que você pode fazer		Consulte o tópico...
Administrador de Site	Instalar e configurar o Lotus Sametime Server e o recurso de assistência ao cliente	"Instalando a Assistência ao Cliente" no <i>WebSphere Commerce - Guia de Software Adicional</i> .
	Configurar a loja para utilizar a assistência ao cliente	"Configurando Lojas Utilizando o WebSphere Commerce" na Ajuda On-line do WebSphere Commerce.
	Alterar definições de assistência ao cliente (monitorar tipo, limite de sessão, carrinhos de compras, servidor Sametime)	"Modificações que Podem Ser Feitas pelo Administrador" na Ajuda On-line do WebSphere Commerce. Você também pode consultar o <i>WebSphere Commerce - Guia de Software Adicional</i> .
Gerente de Operações	Trabalhar com as filas de assistência ao cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Atribuindo uma fila de assistência ao cliente • Excluindo uma fila de assistência ao cliente • Criando uma nova fila de assistência ao cliente • Alterando uma fila de assistência ao cliente
Representante de Atendimento ao Cliente	Utilizar a assistência ao cliente para ajudar clientes no site	"Utilizando a Assistência ao Cliente" na Ajuda On-line do WebSphere Commerce.
Desenvolvedor de aplicativos	Ativar a assistência ao cliente em páginas da loja.	Consulte o tópico sobre assistência ao cliente no <i>WebSphere Commerce Store Development Guide</i> e no <i>WebSphere Commerce - Guia de Loja de Exemplo</i> .

Capítulo 12. Gerenciando Pedidos

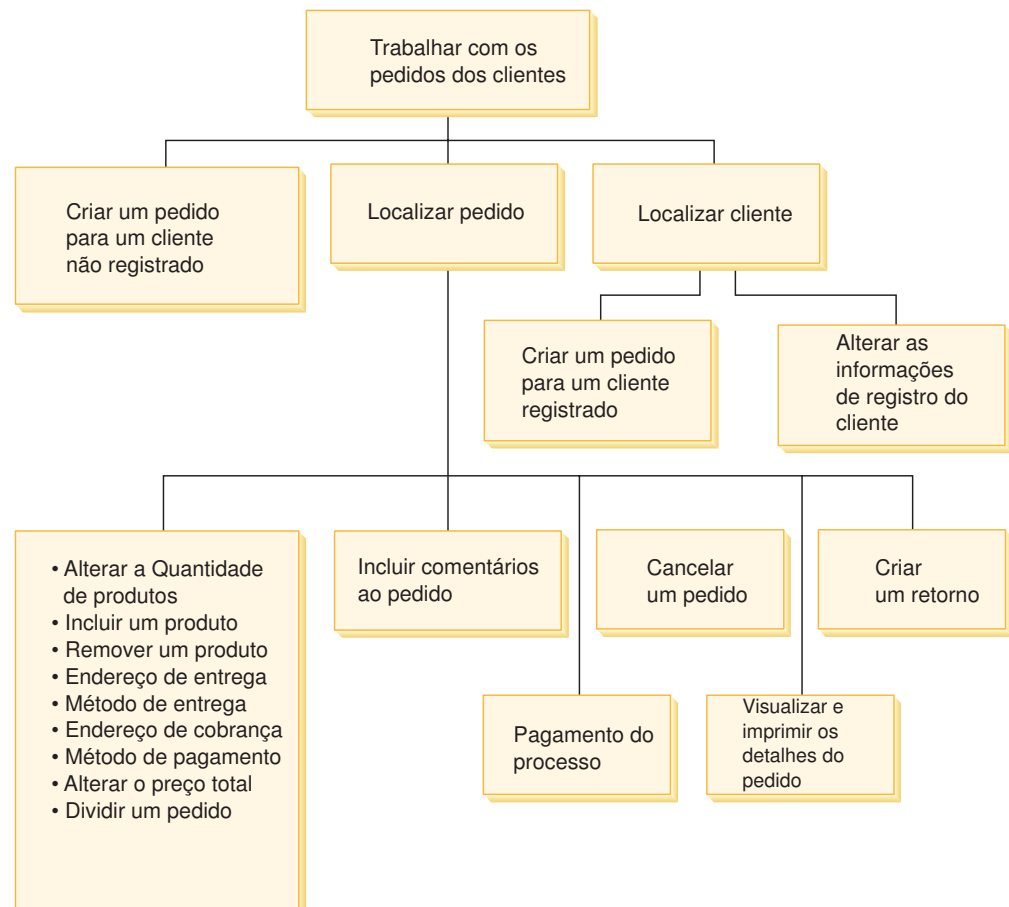
Um Representante de Atendimento ao Cliente ou, em um site business-to-business, um Representante de Conta, pode rastrear e gerenciar detalhes sobre os pedidos, incluindo o cliente, o destinatário, produtos e quantidade, custo total (incluindo imposto e encargos do frete), especificações de envio, método de pagamento e comentários.

No WebSphere Commerce, um pedido é: um ou mais produtos, seus preços e a quantidade especificada que um cliente tenha selecionado para comprar ou tenha comprado. Um Representante de Atendimento ao Cliente também pode fazer um pedido por um cliente. Além de produtos, um pedido de cliente inclui um endereço de faturamento; endereço de envio (não aplicável para compras de downloads, como software); método, transportadora e serviço de envio; informações de pagamento; encargos de impostos e envio; e qualquer comentário ou ajuste de preço estipulado pela pessoa que está fazendo o pedido.

Este capítulo fornece uma introdução sobre tarefas comuns relacionadas a pedidos.

Trabalhando com Pedidos do Cliente

O diagrama a seguir mostra tarefas comuns relacionadas ao pedido.



Localizar pedidos do cliente

É possível pesquisar um pedido com base no número do pedido ou no ID de logon do cliente, no status do pedido ou no número da conta. Também é possível classificá-los para que exibam as informações procuradas com maior clareza. Por exemplo, classifique-os pelo status ou pelo sobrenome do usuário.

Os códigos de status do pedido ajudam a monitorar os pedidos feitos pelos usuários. Eles podem ser utilizados para monitorar o progresso de um pedido. Alguns dos códigos mais comuns utilizados são mostrados na tabela a seguir.

Código	Nome	Descrição
I	Enviado	O cliente enviou o pedido, mas ainda não iniciou o pagamento.
S	Enviado	Todos os itens do pedido foram declarados.
X	Cancelado	O pedido foi cancelado.
R	Liberado	Todos os itens do pedido foram liberados para atendimento.
D	Depositado	O pagamento foi recebido.

Você pode pesquisar qualquer pedido que esteja no banco de dados do WebSphere Commerce.

Alterar pedidos do cliente

As alterações podem ser feitas em um pedido submetido, desde que ele ainda não tenha sido liberado para atendimento. Os pedidos que possuem um status de pedido Enviado, Cancelado, Liberado ou Depositado não podem ser alterados.

Cancelar um pedido

Os pedidos que possuem um status de pedido Enviado, Cancelado, Liberado ou Depositado não podem ser cancelados. Quando você cancela o pedido de um cliente, pode incluir um motivo para o cancelamento, por exemplo, se o cliente pediu o produto incorreto por engano ou se o produto selecionado está temporariamente sem estoque e o cliente não deseja aguardar o novo estoque. Você pode optar por enviar um e-mail ao cliente contendo o texto desse comentário. *Após o cancelamento de um pedido, não é possível recuperá-lo.*

Adicionar comentários a um pedido

Você pode incluir um comentário a um pedido para sua própria referência, ou enviar o comentário ao cliente por e-mail. Por exemplo, se houver inventário insuficiente para atender um pedido, indique o motivo em um comentário e envie um e-mail aos clientes. Dessa forma, os clientes ficam informados sobre atrasos no envio.

Processo de pagamento de um pedido

Antes que um pedido possa ser enviado, o pagamento deve ser aprovado. O WebSphere Commerce Payments é utilizado para processar pagamentos. Para alterar o status do pagamento de um pedido de cliente, os Representantes de Atendimento ao Cliente e Representantes de Contas podem efetuar o link com o WebSphere Commerce Payments a partir do WebSphere Commerce Accelerator.

Criar um Pedido para um Cliente Não Registrado

Siga as páginas Colocar Pedido do Guest, em seqüência, para fornecer as informações necessárias para um pedido, incluindo os produtos,

quantidade, endereço para cobrança, endereço de envio, método de envio, opção de pagamento e um comentário ou ajuste especial no preço, se desejado.

Criar um Pedido para um Cliente Registrado

Siga as páginas assistente para Colocar Pedido, em seqüência, para fornecer as informações necessárias para um pedido, incluindo os produtos, quantidade, endereço para cobrança, endereço de envio, método de envio, opção de pagamento e um comentário ou ajuste especial no preço, se desejado.

Procedimentos Etapa por Etapa

O que você pode fazer		Consulte o tópico...
Representante de Atendimento ao Cliente	Criar um pedido	<ul style="list-style-type: none"> • Criando um pedido para o cliente registrado • Criando um pedido para o cliente não-registrado • Criando um pedido para um cliente de negócios
	Alterar um pedido (quantidade de produtos, adição de um produto, remoção de um produto, endereço de envio, método de envio, preço total, opção de pagamento, endereço de cobrança, adição de um comentário, divisão, processamento do pagamento)	<ul style="list-style-type: none"> • Alterando um Pedido
	Visualizar informações sobre o pedido (comentários, resumo do pedido, resumo, status do pagamento, faturas, atributos personalizados)	<ul style="list-style-type: none"> • Visualizando Informações sobre o Pedido
	Processando pagamentos	<ul style="list-style-type: none"> • Processando o pagamento para um pedido • Alterando o processo de pagamento para um pedido • Visualizando o status do pagamento para um pedido
desenvolvedor de aplicativos	Personalizar o Subsistema Gerenciamento do Pedido	O Ajuda On-line do WebSphere Commerce Studio, integrado ao WebSphere Studio, fornece informações extensas sobre o subsistema Gerenciamento do Pedido e como estendê-lo. Selecione o subsistema Gerenciamento do Pedido a partir da navegação Conceitos.

O que você pode fazer		Consulte o tópico...
Administrador de Site	Excluir pedidos danificados do banco de dados	Consulte a seção sobre o <i>Utilitário de Limpeza do Banco de Dados em WebSphere Commerce - Guia de Administração</i> .

Capítulo 13. Devoluções

Este capítulo descreve as seguintes tarefas-chave de atendimento ao cliente:

- Trabalhando com Devoluções

As tarefas listadas acima são executadas normalmente por um Representante de Atendimento ao Cliente, ou por uma loja business-to-business por um Representante da Conta. O Supervisor de Atendimento ao Cliente é responsável pela aprovação de qualquer devolução recusada pelo sistema.

Motivos de Devolução

Um motivo de devolução é um motivo definido pela loja pelo qual um produto pode ser retornado. Os motivos de devolução devem ser definidos a partir do ponto de vista do Vendedor e do cliente, pois eles poderão ser diferentes. Por exemplo, um cliente pode devolver um produto porque ele não funciona de maneira apropriada, mas o Administrador de Devoluções pode achar que o cliente não seguiu as instruções ao utilizar o produto e que, na verdade, o produto funciona perfeitamente. Os motivos de devoluções são baseados nos pontos de vista do cliente e do vendedor.

Quando o Representante de Atendimento ao Cliente cria uma devolução, o motivo de devolução do cliente é especificado. Quando o Administrador de Devoluções especificar a disposição da devolução, o motivo da devolução dos Vendedores será especificada.

Trabalhando com Devoluções

Se um cliente não ficar satisfeito com a compra, ele pode solicitar um reembolso do valor da compra original, na forma de um crédito em seu cartão de crédito ou em uma linha de crédito. No WebSphere Commerce, uma devolução inclui um crédito para os impostos pagos no pedido, mas não necessariamente para os encargos de envio. Para reembolsar os custos de envio do cliente, é possível incluir o valor manualmente no total do reembolso.

Dependendo do negócio, uma devolução não requer sempre que o cliente devolva fisicamente o produto não desejado. Por exemplo, se um cliente desejar reembolso por produtos frescos de uma mercearia, a loja provavelmente não solicitará que o produto seja devolvido.

Quando uma loja é criada, são definidas diretivas de devoluções, por exemplo, a loja FashionFlow define que todas as devoluções serão retornadas automaticamente se a devolução for feita dentro de 30 dias da compra. A loja FashionFlow não cobra por devoluções.

Uma RMA (Return Merchandise Authorization) é iniciado quando as mercadorias são retornadas para um centro de distribuição. Algumas lojas podem exigir que os clientes contatem a loja e peçam a um Representante de Atendimento ao Cliente para iniciar a RMA; outras lojas iniciarão uma RMA quando mercadorias devolvidas chegarem no centro de distribuição. Todas as devoluções que estejam dentro da política de devolução da loja são automaticamente aprovadas pelo sistema. As devoluções que não atenderem à política de devolução da loja podem ser aprovadas pelo Supervisor de Atendimento ao Cliente.

Diretivas de Negócios para Devoluções

As diretivas de negócios para devoluções definem se as devoluções são aceitas, o período de tempo durante o qual são aceitas e as taxas de recolocação em estoque aplicadas às devoluções. Você poderá definir as seguintes políticas de negócios para devoluções.

Encargos para devoluções

Os encargos para devolução especificam o valor do reembolso para mercadorias devolvidas. Os encargos cobrem taxas de recolocação em estoque e porcentagem de reembolso do preço.

Aprovações de devoluções

Uma diretiva de aprovações de devoluções determina o período de tempo após o envio da mercadoria durante o qual as devoluções serão aceitas.

Método de pagamento de devolução

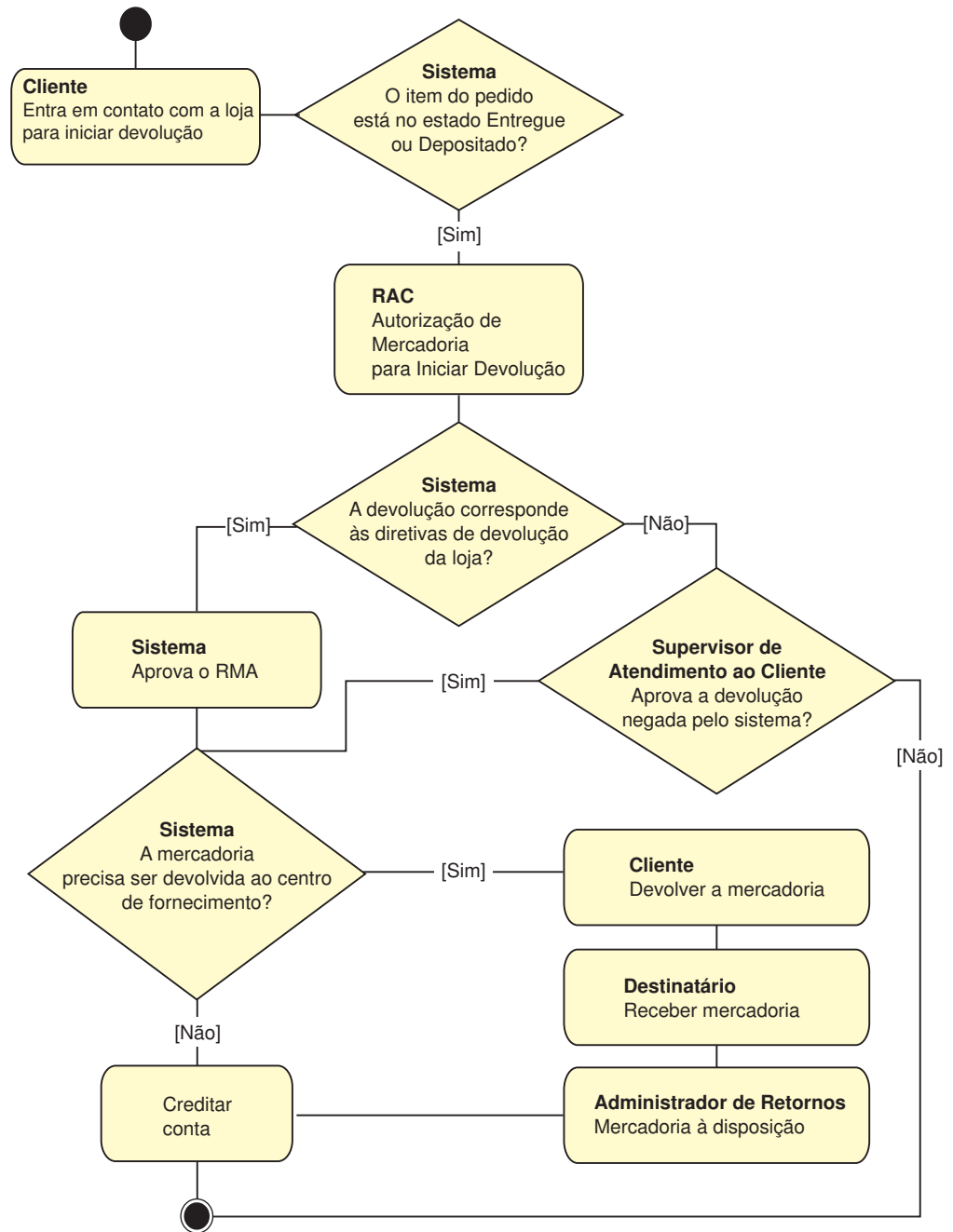
A diretiva de método de pagamento de reembolso define como o comprador será reembolsado em relação às mercadorias devolvidas.

Devoluções Recusadas pelo Sistema

O WebSphere Commerce recusará qualquer devolução que não esteja dentro da política de devolução da loja. Um usuário atribuído com a função de Supervisor de Atendimento ao Cliente pode aprovar qualquer devolução recusada pelo sistema. Os motivos comuns para a recusa de uma devolução são os seguintes:

- O produto foi designado como restituível no bloco de notas de Gerenciamento do Produto, mas o Representante de Atendimento ao Cliente substituiu essa definição. Por exemplo, um CD está designado como restituível no bloco de notas de Gerenciamento do Produto, no entanto, o cliente entra em contato com a loja informando que o CD foi riscado durante a entrega. Em vez do cliente ter que devolver o produto para a loja, a loja pode simplesmente enviar ao cliente um segundo CD sem exigir que o cliente devolva aquele com defeito. Nesse caso, o Representante de Atendimento ao Cliente pode indicar, no bloco de notas do Produto de Devolução, que não será necessário devolver o CD para o centro de preenchimento.
- A quantidade devolvida é maior do que a quantidade enviada. Por exemplo, o cliente pede três livros, mas tenta devolver quatro.
- O valor do crédito pedido é maior do que o valor pago pela compra original. Por exemplo, um comerciante envia um pedido para um cliente antes da autorização do cartão de crédito do cliente. Subseqüentemente, o cartão de crédito é roubado; portanto, quando o comerciante tenta debitar do cartão de crédito, o depósito falha. O cliente devolve a mercadoria para a loja. O sistema nega essa devolução porque o comerciante não debitou do cartão de crédito.
- O período de devolução expirou. Por exemplo, a loja pode não aceitar devoluções depois de dez dias da compra original.
- O produto foi designado como não-confiável no bloco de notas de Gerenciamento do Produto. Por exemplo, algumas peças restauradas de equipamento de computador oferecidas através de um Web site de ponto de revenda de uma empresa podem estar marcadas como não-confiáveis.
- A loja não tem uma diretiva de aprovação automática, portanto, todas as devoluções devem ser aprovadas manualmente.

O diagrama a seguir mostra como processar as devoluções utilizando o WebSphere Commerce Accelerator.



Procedimentos Etapa por Etapa

O que você pode fazer		Consulte o tópico...
Representante de Atendimento ao Cliente	Localizar uma devolução, cancelar uma devolução, alterar uma devolução, visualizar detalhes da devolução	<i>Devoluções e Reembolsos</i> na Ajuda On-line do WebSphere Commerce

O que você pode fazer		Consulte o tópico...
Supervisor de Atendimento ao Cliente	Aprovar uma devolução recusada pelo sistema.	<i>Aprovando Devoluções Negadas pelo Sistema</i> na Ajuda On-line do WebSphere Commerce
Gerente de Logística, Gerente de Operações	Configurar códigos de razão de devolução	<i>Razões de Devolução</i> na Ajuda On-line do WebSphere Commerce
Gerente de Produtos	Especificar os critérios de devolução de produtos vendidos pela loja	<i>Adicionando um Produto</i> na Ajuda On-line do WebSphere Commerce
desenvolvedor de aplicativos	Alterar a diretiva de devolução da loja	<i>WebSphere Commerce Store Development Guide</i>

Capítulo 14. Marketing

O WebSphere Commerce facilita o marketing e a personalização, permitindo que o pessoal de Marketing interaja diretamente com o site, em vez de solicitar que o departamento de Tecnologia da Informação faça as alterações necessárias. Os Gerentes de Marketing criam campanhas de marketing de grande amplitude que têm como alvo vários perfis de clientes. As campanhas orientam as vendas do site, aumentam o lucro ou aumentam o conhecimento dos clientes.

Este capítulo fornece as seguintes informações:

- Descontos
- Pontos de E-marketing
- Criação e manutenção do perfil do cliente
- Criação e manutenção de campanhas de marketing e iniciativas de campanhas
- Promoções de Cupons

Descontos

Descontos permitem oferecer incentivo para que o cliente compre. É possível oferecer descontos percentuais (como menos 10%) ou descontos de valor fixo (como menos R\$ 15,00). Os descontos podem aplicar-se a produtos específicos, SKUs específicos ou a compra total. Por exemplo, você pode oferecer uma redução de 20% para aposentados ou, se você tiver muitos bonés vermelhos em estoque, pode oferecer um desconto de 25% nos bonés por um tempo limitado.

Crie descontos utilizando o assistente para Desconto no WebSphere Commerce Accelerator. Usuários pertencentes a alguma das funções a seguir podem criar descontos: Gerenciador de Produtos, Comprador, Gerenciador de Categoria e Gerenciador de Vendas. Os descontos também podem ser criados utilizando o pacote Loader (pelo Administrador do Site) ou importados durante a migração da versão anterior. Esses descontos funcionarão corretamente, mas podem não ser exibidos adequadamente no WebSphere Commerce Accelerator.

Os descontos podem ser ativos ou inativos. Por padrão, eles são definidos como ativos quando criados, mas podem ser desativados a qualquer momento utilizando o WebSphere Commerce Accelerator. Por exemplo, talvez você queira desativar um desconto antes que expire, se observar que o nível de inventário de um produto com desconto está muito baixo para o aumento da demanda.

No WebSphere Commerce existem duas formas de implementação de descontos:

sistema com base em esquema

Descontos definidos utilizando tabelas no banco de dados do WebSphere Commerce. O sistema de desconto com base em esquema é mantido para os sites em que se está fazendo upgrade de versões anteriores.

sistema com base em regras

Os descontos são regras no servidor de regras no WebSphere Commerce Server. Se você estiver criando um novo site, deverá implementar o sistema de descontos baseado em regras, alguns tipos de desconto não estão disponíveis utilizando o sistema baseado em regras.

Os descontos estão disponíveis nos seguintes modelos de negócios: Consumidor direto, B2B direto, loja hospedada, loja hospedada por fornecedores, loja hospedada por revendedores.

Tipos de Descontos

A lista a seguir mostra os tipos diferentes de descontos disponíveis no WebSphere Commerce.

Os Descontos a Seguir Estão Sempre Disponíveis

- Porcentagem de desconto da compra total
- Valor do desconto da compra total
- Porcentagem de desconto por produto
- Valor de desconto por produto
- Valor de desconto de produtos qualificados

Os Descontos a Seguir Estão Disponíveis Apenas se Você Estiver Utilizando Descontos Baseados em Regras

- Desconto de envio no nível do pedido
- Comprar X do item A, fornecer outro A gratuitamente
- Comprar o produto ou item A ou B ou C e fornecer D como um presente

Atribuindo um Desconto a um Produto ou SKU

É possível atribuir um desconto a um produto ou a um SKU. Atribua um desconto a um produto se todos os SKUs que podem ser pedidos contidos dentro do produto devam ter o desconto. Atribua o desconto a um SKU específico, se nem todos os SKUs de um produto devam ter o desconto.

Anunciando Descontos

É possível anunciar descontos utilizando as ferramentas de marketing no WebSphere Commerce Accelerator. Para isso, crie uma cópia de anúncio que suporte o desconto e selecione a cópia de anúncio quando for programar o anúncio para ocupar um determinado Ponto de e-Marketing.

Direcionando um Desconto a um Conjunto de Clientes

Para direcionar um desconto a um determinado grupo de clientes, é necessário criar um perfil de cliente. A tabela a seguir ilustra as diferenças entre os métodos de cálculo utilizados (para descontos no nível do produto) e os resultados finais.

Um cliente compra 4 livros que custam dez reais cada um. O cliente também compra 3 DVDs que custam 20 reais cada um. O preço total sem desconto é de R\$ 100,00. O desconto é aplicado para determinar o preço final.

Tipo de desconto		Regras		Cálculo	Resultado
Porcentagem de desconto da compra total	Simple	25% da compra total sem qualificações mínimas.		$[(4 \times R\$ 10,00) + (3 \times R\$ 20,00)] \times (1 - 25\%)$	R\$ 75,00
	Várias faixas	0 - R\$ 39,99	Sem desconto	$[(4 \times R\$ 10,00) + (3 \times R\$ 20,00)] \times (1-10\%)$	R\$ 90,00
		R\$ 40 - R\$ 109,99	10% de desconto da compra total		
R\$ 110 e acima	20% de desconto da compra total				

Tipo de desconto		Regras		Cálculo	Resultado
Valor do desconto da compra total	Simple	Gaste no mínimo R\$ 90,00 e obtenha um desconto de R\$ 15,00 na compra total		$[(4 \times R\$ 10,00) + (3 \times R\$ 20,00)] - R\$ 15,00$	R\$ 85,00
	Várias faixas	0 - R\$ 99,99	Sem desconto	$[(4 \times R\$ 10,00) + (3 \times R\$ 20,00)] - R\$ 10,00$	R\$ 90,00
		R\$ 100 - R\$ 199,99	R\$ 10,00 de desconto da compra total		
R\$ 200 e acima	R\$ 20,00 de desconto da compra total				
Porcentagem de desconto por produto	Simple	25% de desconto em cada livro quando mais de quatro livros forem comprados		$4 \times (R\$ 10,00 \times \{1 - 25\%\}) + (3 \times R\$ 20,00)$	R\$ 90,00
	Várias faixas	1 a 5 livros	10% de desconto de cada livro	$4 \times (R\$ 10,00 \times \{1 - 10\%\}) + (3 \times R\$ 20,00)$	R\$ 96,00
		6 ou mais livros	20% de desconto de cada livro		
Valor de desconto por produto	Simple	Na compra de 3 ou mais livros, obtenha R\$ 5,00 de desconto por livro		$4 \times (R\$ 10,00 - R\$ 5,00) + (3 \times R\$ 20,00)$	R\$ 80,00
	Várias faixas	1 a 5 livros	R\$ 10,00 de desconto do subtotal dos livros	$[(4 \times R\$ 10,00) - R\$ 10,00] + (3 \times R\$ 20,00)$	R\$ 90,00
		6 ou mais livros	R\$ 20,00 de desconto do subtotal dos livros		
Valor de desconto por qualificação de produto	Várias faixas	1 a 5 livros	R\$ 3,00 de desconto de cada livro	$4 \times (R\$ 10,00 - R\$ 3,00) + (3 \times R\$ 20,00)$	R\$ 88,00
		6 ou mais livros	R\$ 6,00 de desconto de cada livro		

Procedimentos Etapa por Etapa

O que você pode fazer		Consulte o tópico...
Administrador de Site	Ativar descontos de conteúdo de marketing baseado em regras	<i>Ativando o Conteúdo de Marketing Personalizado do WebSphere Commerce</i> na Ajuda On-line do WebSphere Commerce.
	Ativar descontos baseados em regras	<i>Verificando o Status de um Serviço de Regras</i> na Ajuda On-line do WebSphere Commerce.
	Gerenciar dados baseados em regras	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Propagando Dados de Desconto Baseado em Regras de um Servidor Intermediário para o Servidor de Produção</i> • <i>Mantendo um Servidor Intermediário com Descontos Baseados em Regras</i> na Ajuda On-line do WebSphere Commerce.
Vendedor, Comprador (lado de vendas), Gerenciador de Categoria, Gerenciador de Produto	Atribuir um código de desconto a uma entrada do catálogo (produto, SKU, kit pré-construído ou pacote)	Ajuda On-line do WebSphere Commerce
	Criar, ativar, desativar ou excluir um código de desconto	Ajuda On-line do WebSphere Commerce
	Criar um Desconto no Nível do Pedido	Ajuda On-line do WebSphere Commerce
	Criar um Desconto no Nível do Produto	Ajuda On-line do WebSphere Commerce
Desenvolvedor de aplicativos	Entender o modelo de dados de desconto	Regra de Cálculo - Modelo de Dados de Desconto na Ajuda On-line do WebSphere Commerce Studio
	Entender a Implementação de Desconto em uma Loja de Exemplo	Configurar e Ativar Descontos Predefinidos no <i>WebSphere Commerce - Guia de Loja de Exemplo</i>

Pontos de e-Marketing

Um Ponto de e-Marketing exibe o conteúdo do anúncio ou as recomendações da categoria ou as recomendações do produto.

O Desenvolvedor de Aplicativos coloca os Pontos de e-Marketing nas páginas apropriadas. Cada ponto de e-marketing tem um nome exclusivo. O Gerente de Marketing seleciona o Ponto de e-Marketing que quer utilizar como parte do processo de criação da campanha.

Enquanto o cliente navega pela loja, os Pontos de e-Marketing se comunicam com o WebSphere Commerce Server para determinar qual conteúdo deve ser exibido

em seu lugar. Uma página JSP pode conter qualquer número de Pontos de e-Marketing. Qualquer página JSP em seu site pode conter um Ponto de e-Marketing.



Se um Ponto de e-Marketing tiver um anúncio; você deverá definir uma cópia de anúncio para ser colocada no Ponto de e-Marketing.

cópia de anúncio

A cópia de anúncio se refere a todos os materiais de suporte criados para suas campanhas. Os artistas gráficos e os autores criam cópias de anúncio, em formato Flash, gif ou JPEG. As cópias de anúncios incluem fotos dos produtos, gráficos utilizados em propaganda e texto de marketing.

Perfis de Clientes

Os perfis de clientes definem grupos de clientes que têm conjuntos de características comuns. Esses perfis identificam os destinos de suas campanhas de marketing. Perfis são criados selecionando-se critérios e depois atribuindo valores de destino. Quando um cliente visita seu site, o sistema compara suas informações pessoais com os critérios especificados. Dependendo do cliente e dos perfis definidos, propagandas de conhecimento específicas do perfil ou mensagens de vendas sugestivas são exibidas. Existem diversos critérios possíveis, inclusive: dados fornecidos durante o registro; informações sobre o histórico de compras; e informações sobre a frequência das visitas de um cliente.

Por exemplo, você pode atribuir perfis de grupos, como de aposentados, criando um perfil direcionado a clientes que têm pelo menos sessenta anos. Você pode especificar ainda mais esse perfil para direcionar a mulheres da terceira idade, especificando que além da exigência de idade, o perfil também é direcionado a clientes que são mulheres.

Os perfis servem como destinos dinâmicos para seus empenhos em marketing. Dependendo dos critérios definidos, seus cliente podem ou não se adequar a um perfil específico em um determinado momento. Por exemplo, você pode criar um perfil denominado "Novos Clientes", que inclui somente clientes registrados nos últimos 30 dias. Apesar de a maior parte dos seus clientes não pertencer a esse perfil, no momento do registro, todos os novos clientes se encaixariam a esse perfil. Novos clientes se encaixariam nesse perfil por no máximo 30 dias. Isso é dinâmico, pois não requer intervenção de sua parte, é aplicado aos clientes individualmente e é determinado em tempo real. A data limite para inclusão nesse perfil depende da data de registro do cliente e do limite máximo de dias definido durante a criação do perfil.

Se optar por usar perfis de clientes, será necessário criá-los antes de criar campanhas de marketing. Durante a criação da campanha, você seleciona o perfil de destino. Você pode criar campanhas aplicáveis a todos os clientes; no entanto, os perfis de clientes podem ter como alvo um subconjunto específico de clientes.

Gerenciamento de Perfil do Cliente

Utilize a página Perfis de Cliente para localizar os perfis de clientes definidos para a loja atual. A lista contém informações sobre o nome e a descrição do perfil. É possível ordenar os perfis exibidos, criar novos perfis, criar cópias de perfis, excluir perfis, ver os clientes que pertencem a um perfil específico e modificar perfis.

Diretrizes de Criação do Perfil do Cliente

Para utilizar efetivamente os perfis de clientes, as páginas da loja devem capturar as informações necessárias para o perfil. Os gerentes de Propaganda e Marketing devem comunicar suas necessidades para os Desenvolvedores da Loja. Uma página de registro bem projetada, que comunica como os clientes digitam informações irá eliminar problemas potenciais. Observe o seguinte:

- As cadeias devem corresponder de maneira exata e diferenciam maiúsculas de minúsculas.

Para criar um perfil de cliente com base em um estado, você poderia digitar "São Paulo" na página Estado ou Província no bloco de notas do Perfil do Cliente. Todo cliente que digitar "São Paulo" na página de registro da loja será incluído no perfil. No entrando, um cliente que digitar "SP" não será incluído. Para considerar todos os clientes pretendidos você poderia utilizar uma lista na página de registro. Em vez de digitar o estado, os clientes devem selecioná-lo da lista. Considere a utilização de listas para países ou regiões de residência, cidade de residência, domínio de endereço de e-mail, interesses, telefone e código de endereçamento postal.

- Todas as cadeias encontradas incluirão o cliente no perfil.

Para criar um perfil de cliente com base no código de área, você poderia digitar 11 na página Número do Telefone do bloco de notas Perfil do Cliente. Qualquer cliente cujo telefone contenha os dois dígitos 11 será incluído no perfil. Isso será verdadeiro se eles corresponderem ao código de área do cliente, à central telefônica ou ao final do número do telefone. Se você especificar (11), mas o cliente digitar 11, o cliente será excluído do perfil. Para evitar esse problema, é necessário especificar parênteses ao criar o perfil. O desenvolvedor de aplicativos deve assegurar que a página Registro da Loja valide se há parênteses em torno do código de área.

Campanhas

Há dois componentes principais que compõem qualquer campanha, que trabalham juntos para fornecer uma estratégia de marketing completa e flexível.

1. Campanha.

Uma campanha é um esforço maior de marketing. Uma campanha tem objetivos de negócios associados. Elas funcionam como contêineres para iniciativas.

2. Iniciativas de campanha.

Entregam o conteúdo personalizado. Iniciativas são atividades coordenadas desenvolvidas para atingir o objetivo global de uma campanha. Elas representam as mensagens individuais usadas para atingir o objetivo de negócios de uma campanha. Existem três tipos de iniciativas.

Venda sugestiva

Utilizada para fornecer a recomendação de um produto ou categoria. Essas recomendações sugerem produtos associados em uma tentativa de venda expandida ou venda cruzada de produtos a um consumidor. As iniciativas de vendas sugestivas também lembram os clientes de produtos relacionados que podem ser considerados para compra. As recomendações se baseiam em compras anteriores ou no conteúdo atual do carrinho de compras do cliente.

Recomendação colaborativa baseada em filtragem

Utilizada para fornecer a recomendação de um produto. Essas recomendações sugerem produtos associados em uma tentativa de venda expandida ou venda cruzada de produtos a um consumidor. Elas também sugerem aos clientes sobre produtos relacionados que podem ser considerados, dependendo do comportamento global de compras do cliente, em vez de regras predefinidas. Para utilizar essas iniciativas, o site deve ter instalado e configurado o LikeMinds Personalization Server.

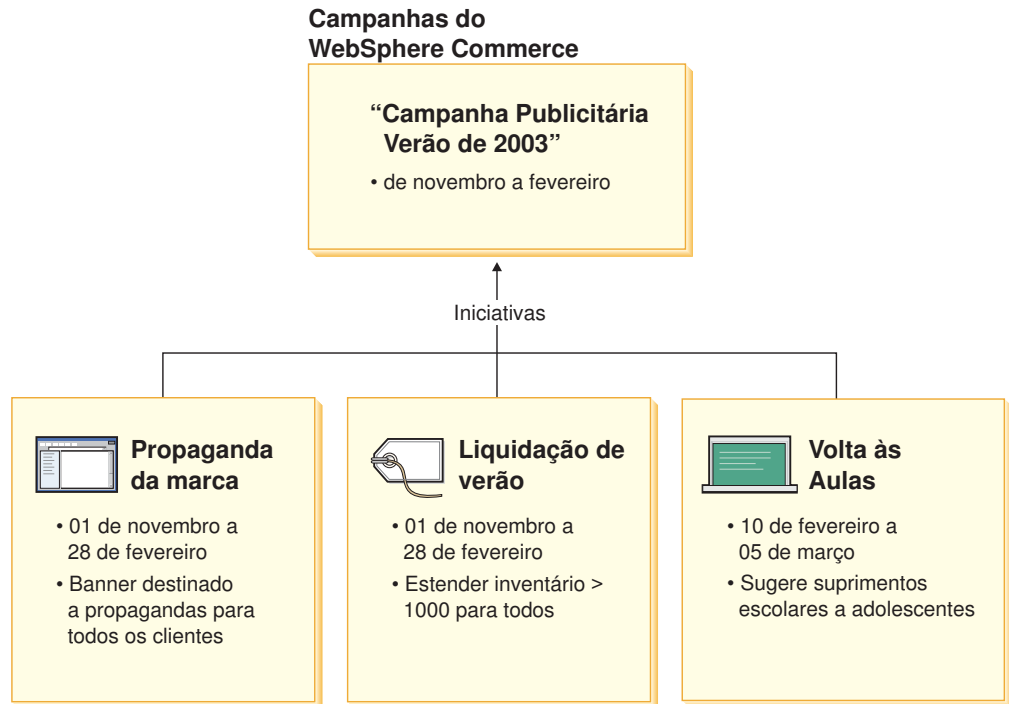
Anúncio de divulgação

Utilizado para exibir anúncios desenvolvidos para aumentar o conhecimento do cliente. Por exemplo, propagandas de conhecimento informam os clientes sobre eventos futuros ou aumentam o conhecimento de uma marca.

As iniciativas da campanha também têm uma ou mais localizações de destino, chamadas Pontos de e-Marketing.

Iniciativa de Venda Sugestiva

O diagrama a seguir mostra o relacionamento entre uma campanha e as iniciativas que ela contém.



O diagrama ilustra uma campanha fictícia de marketing, chamada de “Campanha Publicitária Verão 2002”. A campanha contém as três seguintes iniciativas:

Volta às aulas

Essa é uma iniciativa de vendas sugestivas, direcionada a um perfil de cliente denominado adolescente, e recomenda material escolar. A iniciativa Volta às aulas será executada de 10 de fevereiro a 5 de março.

Liquidação de Verão

Essa é uma iniciativa de vendas sugestivas, direcionada a todos os perfis de clientes, e recomenda todos os produtos que têm uma contagem de inventário maior que 1000. A iniciativa da liquidação de verão será executada de 1º de novembro a 28 de fevereiro.

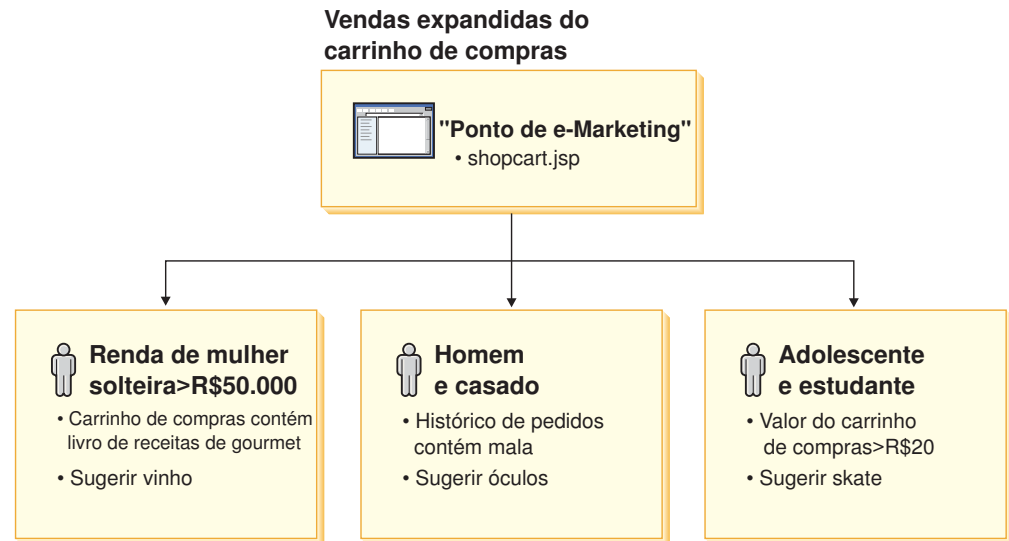
Propaganda da Marca

Essa é uma iniciativa de anúncio de divulgação, direcionada a todos os perfis de clientes, e mostra banners de propagandas que têm a intenção de aumentar o conhecimento da marca. A iniciativa de propaganda de marca será executada de 1º de novembro a 28 de fevereiro.

Iniciativa de Venda Sugestiva com Condições

O diagrama a seguir mostra um relacionamento entre Pontos de e-Marketing, perfis de clientes e iniciativas de vendas sugestivas. Uma iniciativa de venda

sugestiva resulta em conteúdo dinâmico.



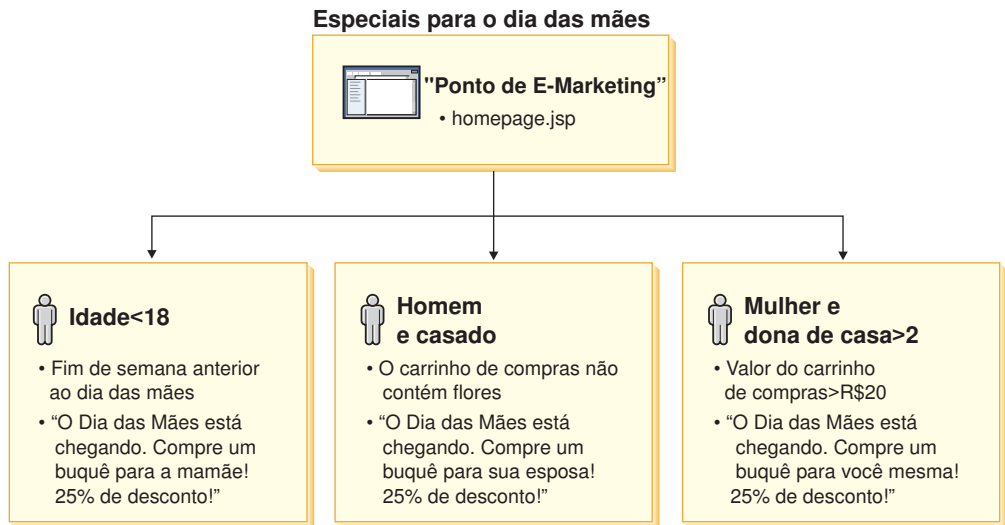
Essa página tem um Ponto de e-Marketing definido. Esse ponto de e-Marketing corresponde a uma iniciativa de venda sugestiva. A iniciativa associada ao Ponto de e-Marketing tem três condições, representadas por uma linha no diagrama. As condições especificam o perfil de cliente alvo, a situação em que as condições serão verdadeiras e a recomendação do produto a ser exibida quando a condição for verdadeira. Quando essa página for exibida, uma das quatro coisas a seguir pode ocorrer:

- Se o cliente for do sexo feminino e solteira e receber mais de cinquenta mil reais por ano e seu carrinho de compras contiver um livro de receitas para gourmet, recomende uma garrafa de vinho.
- Se o cliente for do sexo masculino e casado e seu histórico de pedidos contiver uma mala, recomende óculos escuros.
- Se o cliente for um adolescente estudante e o carrinho de compras tiver um valor maior que vinte reais, recomende um skate.
- Se o cliente não se encaixar em nenhum desses perfis ou se a situação não atender os critérios específicos, nenhuma recomendação será exibida.

Anúncio de Divulgação

Para cada iniciativa de campanha criada, é necessário definir uma condição quando a iniciativa for verdadeira. Associe cada condição a uma iniciativa individual. As condições determinam os cenários sob os quais o conteúdo de uma iniciativa específica é exibido. Para criar condições, você responde a perguntas. As respostas definirão a condição. As perguntas incluem a quem a iniciativa é direcionada, quando (qual dia da semana) a iniciativa deve ser considerada, qual conteúdo deve ser exibido e a quais comportamentos de clientes deve ser direcionada. Suas respostas a essas perguntas definem a situação na qual uma condição específica será verdadeira e o conteúdo personalizado será exibido. As condições também fornecem a capacidade de exibir várias mensagens no mesmo local em diferentes situações.

A imagem a seguir mostra o relacionamento entre os Pontos de e-Marketing, perfis de clientes, iniciativas de anúncio de divulgação e condições. Imagine que uma loja on-line tenha uma campanha de outono e uma iniciativa desenvolvida para aumentar o conhecimento do Dia das Mães.



O Ponto de e-Marketing corresponde a uma iniciativa de anúncio de divulgação para o Dia das Mães. A iniciativa associada ao Ponto de e-Marketing tem três condições, representadas por uma linha no diagrama. Cada linha mostra como as condições funcionam para determinar o conteúdo dinâmico de uma determinada situação. As condições especificam o perfil de cliente alvo, a situação em que as condições são verdadeiras e a cópia de anúncio a ser exibida quando a condição for verdadeira. Quando essa página for exibida, uma das quatro coisas a seguir pode ocorrer:

- Se o cliente for menor de dezoito anos e o dia atual for o fim de semana anterior ao Dia das Mães, exibirá uma propaganda para lembrar o cliente de comprar flores para a mãe.
- Se o cliente for do sexo masculino e casado e seu carrinho não contiver flores, exibirá uma propaganda para lembrar o cliente de comprar flores para sua esposa.
- Se o cliente for do sexo feminino e o tamanho de sua família for de duas ou mais pessoas e o carrinho de compras contiver um valor superior a vinte reais, exibirá uma propaganda para lembrar a cliente de comprar flores para ela mesma.
- Se o cliente não se encaixar em nenhum desses perfis ou se a situação não atender os critérios específicos, nenhuma propaganda será exibida.

Gerenciamento de Campanha

Os blocos de notas Campanhas facilitam a criação e a manutenção de campanhas de marketing. Essas campanhas on-line organizam técnicas publicitárias, inclusive venda sugestiva e propagandas de conhecimento. As campanhas representam grandes empenhos de marketing, normalmente associados a uma ocasião ou a um objetivo, por exemplo, uma campanha de volta às aulas ou uma campanha de Natal. As iniciativas e suas condições implementam processamento baseado em regras, que gera conteúdo personalizado cliente a cliente.

O conteúdo de uma campanha é exibido nas páginas JSP de sua loja. Beans de dados especiais denominados Pontos de e-Marketing contêm o conteúdo. Os desenvolvedores de aplicativos os criam e os utilizam como marcadores durante o design da página.

Utilize a página Campanhas para mostrar as campanhas de marketing definidas para a loja atual. A lista contém informações sobre o nome e a descrição da

campanha. É possível também executar outras ações a partir dessa lista, inclusive criar novas campanhas, excluir campanhas e modificar campanhas existentes.

Promoções

Promoções de Cupons

As Promoções de Cupons permitem que o Gerente de Produtos ofereça incentivos para compras aos clientes. Um *cupom* é uma instância de uma promoção com cupons. Um cupom pode aplicar-se a produtos específicos (referidos como condição de tipo de produto), categorias ou à compra total (referido como uma condição de tipo de pedido). Por exemplo, se você tiver muitos bonés vermelhos em estoque, você poderá oferecer 25% de desconto nos bonés por um tempo limitado. Ou você poderá oferecer R\$3 de desconto na compra de um boné a todos que comprarem produtos que totalizem R\$50 em sua loja.

O cupom pode ser oferecido a um cliente via Web através da fachada da loja ou através de e-mail. Independente da forma de obtenção, ele pode ser considerado na hora do registro de saída pelos clientes.

As promoções de cupons estão disponíveis nos seguintes modelos de negócios: consumidor direto, B2B direto e loja hospedada pelo revendedor.

Um eCupom é o equivalente eletrônico on-line de um cupom de papel. Ele é uma oferta eletrônica feita por uma loja on-line, para um cliente. O eCupom dá ao cliente um desconto em alguns ou todos os itens de um pedido. O eCupom pode estar sujeito a condições, como a validade de apenas um cupom por pedido.

Tipos de cupons

- porcentagem ou valor de desconto no preço do produto
- porcentagem ou quantidade de produtos em uma categoria específica
- porcentagem ou valor de desconto no total do pedido

Métrico para Cupons

- Número de produtos ou categorias vendidas com amortização de cupom
- Receita gerada para o produto ou categoria com amortização de cupom
- Receita gerada para pedido com amortização de cupom

Existem três componentes de um cupom eletrônico:

Promoção por Cupom

Uma promoção feita por um Gerente de Produtos. A promoção oferece cupons aos clientes.

Cupom

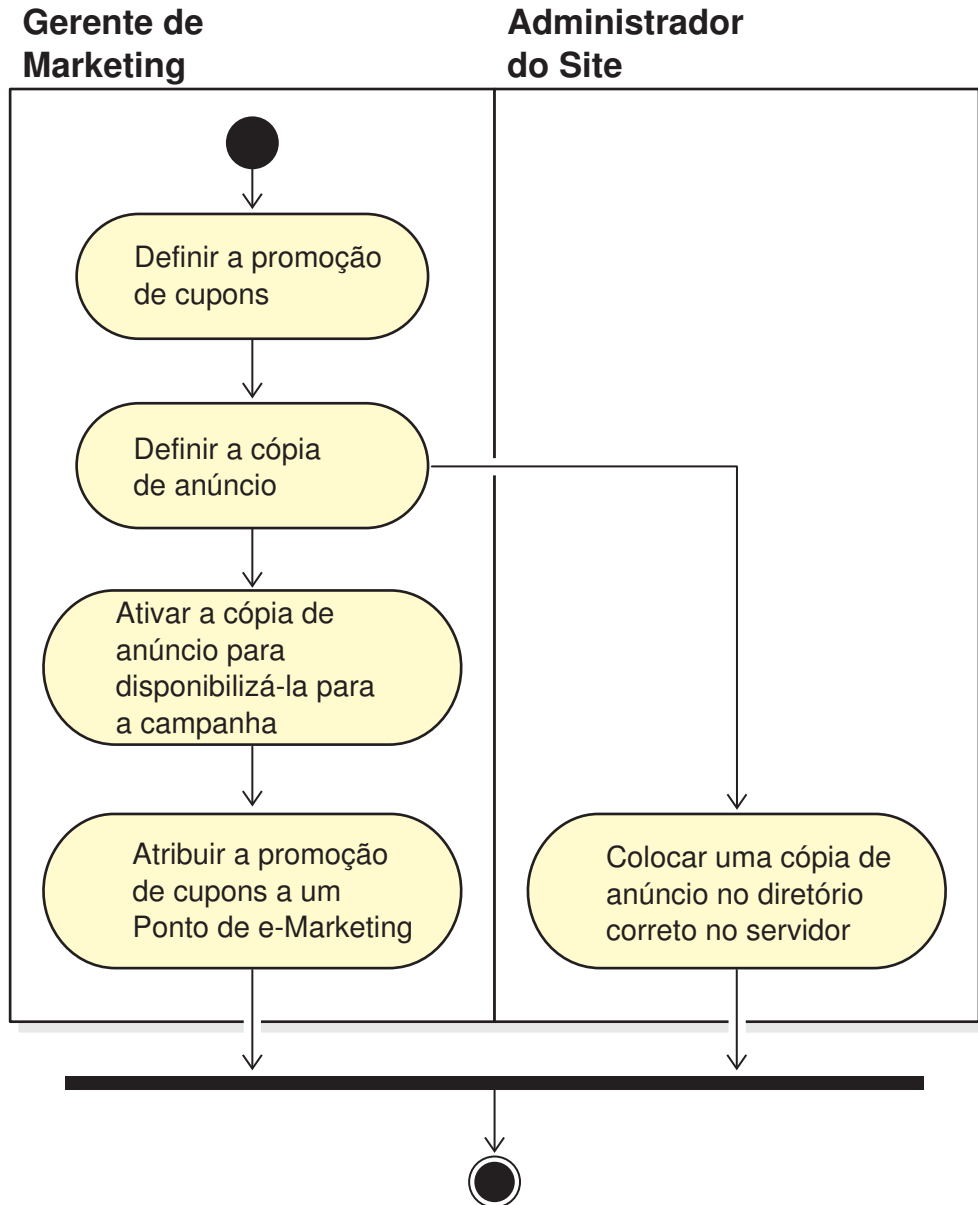
Uma versão eletrônica de um cupom de papel. Um cupom é uma instância de uma Promoção por Cupons, que pode ser identificada exclusivamente no sistema.

Carteira de Cupons

Uma coleta de eCupons de clientes registrados ou guest.

Definindo uma Promoção por Cupom

O exemplo a seguir descreve as etapas envolvidas na definição de uma promoção por cupons.



Definir a Promoção de Cupons

1. Definir características gerais da promoção por cupom, como nome, descrição e moeda.
2. Definir o período de duração da promoção por cupom. A promoção por cupom pode ter uma hora de início e de encerramento definida ou pode estar sempre em vigor.
3. Definir o número de cupons. Você pode definir um número limitado ou uma quantidade ilimitada de cupons.
4. Definir como os clientes se qualificam para receber o cupom:

Tipo de produto

O cliente deve comprar um produto ou SKU específico.

Tipo de categoria

O cliente deve atingir um valor mínimo ou máximo de compra.

Qualificação por quantidade mínima

A quantidade mínima de compra na categoria necessária para qualificação de aquisição de cupons.

Qualificação por quantidade máxima

(Opcional) A quantidade máxima de compra na categoria necessária para qualificação de aquisição de cupons.

Tipo de pedido

O cliente deve atingir um valor mínimo ou máximo de pedido.

Qualificação por quantidade mínima

A quantidade mínima de compra necessária para qualificação de aquisição de cupons.

Qualificação por quantidade máxima

(Opcional) A quantidade máxima de compra necessária para qualificação de aquisição de cupons.

5. Determinar como o ajuste será aplicado:

Porcentagem de desconto por produto

A porcentagem a ser oferecida em cada produto selecionado.

Valor fixo de desconto por produto

O valor total de desconto na compra de cada produto.

Porcentagem de desconto no total do pedido

Oferece uma porcentagem de desconto no total do pedido.

Valor fixo de desconto no total do pedido

Oferece um valor fixo de desconto no total do pedido.

Definir a cópia de anúncio

A equipe de design de mídia cria imagem em tamanho completo e em miniatura de quaisquer imagens requeridas para a promoção. A equipe também cria as descrições textuais para a promoção.

6. Copie os gráficos ou arquivos Flash necessários para o diretório correto na máquina do Servidor WebSphere Commerce. O Administrador do Site pode ser a única pessoa capaz de acessar esse diretório.
7. Utilize a função de Cópia de anúncio para tornar o texto e os gráficos utilizados no eCupom disponíveis para a iniciativa de campanha e para definir o URL de ação para a promoção de eCupom. A utilização do bloco de notas Cópia de anúncio está descrita na seção na página 91.
8. Atribua e programe a promoção de cupons para um Ponto de e-Marketing.

Como um Cliente Utiliza Promoções por eCupom

Para utilizar eCupons, o cliente procede da seguinte maneira:

1. Um cliente registrado ou guest clica no banner de propaganda para aceitar a promoção por eCoupon oferecida.
O WebSphere Commerce cria uma instância do cupom e o adiciona à carteira de cupons do cliente.
2. O cliente clica nos links de eCupons.
Todos os eCupons válidos são exibidos.
3. O cliente verifica os eCupons aplicáveis com o conteúdo do carrinho de compras. O cliente adquire um produto aplicável e utiliza o eCupom correspondente.
O desconto é exibido na página Registro de Saída do Pedido.

Procedimentos Etapa por Etapa

O que você pode fazer		Consulte o tópico...
Gerente de Produtos	Utilizar o WebSphere Commerce Accelerator para criar e excluir promoções de cupons	<i>Promoções de Cupons</i> na Ajuda On-line do WebSphere Commerce.
Representante de Atendimento ao Cliente	Utilizar o WebSphere Commerce Accelerator para compensar um cupom ao processar um pedido do cliente	<i>Alterando o Preço Total de um Pedido</i> na Ajuda On-line do WebSphere Commerce.
Desenvolvedor de aplicativos	Entender o modelo de dados de cupons	Modelo de dados de e-coupon na Ajuda On-line do WebSphere Commerce Studio.
	Consultar como os cupons são implementados em uma loja de exemplo.	<i>Criando e Utilizando Cupons</i> no <i>WebSphere Commerce - Guia de Loja de Exemplo</i> .

Capítulo 15. Comercialização

Este capítulo descreve as capacidades de Comercialização do WebSphere Commerce. As construções de comercialização permitem que as empresas promovam melhor os produtos e categorias para seus clientes.

Há dois tipos de comercialização que podem ser utilizados no WebSphere Commerce.

- Associações entre mercadorias
- Metáforas de compra

Associações entre Mercadorias

As associações entre mercadorias sugerem combinações de entradas de catálogo diferentes com finalidades promocionais. Essas associações modelam os relacionamentos desejados entre a mercadoria. Como estratégias de recomendação do produto para aumentar as vendas da loja, as associações entre mercadorias definem relacionamentos entre entradas de catálogo selecionadas. Além de associações promocionais, como venda cruzada, venda expandida e acessórios sugeridos, palavras-chaves realçam informações semânticas extras de relacionamentos de mercadorias, como *requer*, *temp*, *nenhum* e *é fornecido com*.

As associações entre mercadorias são compostas de entradas de catálogo de origem e entradas de catálogo de destino. Uma entrada de catálogo de origem é o ponto de origem da associação entre mercadorias: ao selecionar uma entrada de catálogo definida como origem, você poderá visualizar os relacionamentos definidos. Uma entrada de catálogo de destino é a entrada de catálogo promocional no final da associação entre mercadorias.

As associações entre mercadorias são exibidas nos Pontos de e-Marketing.

Você pode criar um dos seguintes tipos de associações entre mercadorias:

Venda cruzada

Sugere outra entrada de catálogo com base em uma entrada de catálogo já escolhida. Por exemplo, um comerciante pode sugerir uma impressora colorida de alta resolução quando uma câmera digital é comprada ou um determinado tipo de bateria quando uma lanterna é comprada.

Venda expandida

Sugere uma entrada de catálogo melhor com base na já selecionada. Por exemplo, um comerciante pode sugerir uma televisão de qualidade superior quando um modelo inferior é selecionado.

Acessório

Sugere um acessório que complementar a entrada de catálogo selecionada. Por exemplo, um comerciante pode sugerir uma controladora de jogo extra quando um sistema de vídeo-game é selecionado.

Alternativo

Um relacionamento entre um produto e outro considerado como seu equivalente funcional (por exemplo, baterias Duracell -> Energizer).

Substituição

Um relacionamento entre um produto pretendido para substituição de um

produto existente. Um novo produto apresentado substituirá aquele que está sendo descontinuado. (por exemplo, DVD Panasonic A100 está sendo substituído por A101).

Se necessário, os desenvolvedores de aplicativos poderão personalizar as associações entre mercadorias com outros tipos de associações, como venda inativa.

Procedimentos Etapa por Etapa

O que você pode fazer		Consulte o tópico...
Desenvolvedor de aplicativos	Modificar páginas da loja para exibir associações entre mercadorias.	<i>Adicionando um Bean EMarketingSpot a um Arquivo JSP na Ajuda On-line do WebSphere Commerce Studio.</i>
	Entender a implementação de associação entre mercadorias.	<i>Modelo de Dados de Associação entre Mercadorias na Ajuda On-line do WebSphere Commerce Studio.</i>
Vendedor, Comprador (lado de compras), Gerenciador de Categoria ou Gerenciador de Produto	Localizar, criar, alterar ou excluir uma associação entre mercadorias.	<i>Associações entre Mercadorias na Ajuda On-line do WebSphere Commerce.</i>
Revendedor	Criar ou alterar uma associação entre mercadorias do revendedor	<ul style="list-style-type: none"> • Criando uma Associação entre Mercadorias do Revendedor • Alterando uma Associação entre Mercadorias do Revendedor na Ajuda On-line do WebSphere Commerce

Consultor de Produto

O Consultor de Produto é uma ferramenta utilizada para criar um catálogo interativo de produtos on-line que fornece aos clientes diferentes maneiras de localizar o que desejam, denominadas metáforas de compra. Os clientes com pouco conhecimento de uma categoria de produto podem utilizar a metáfora Venda Orientada, que os conduz aos produtos apropriados através de uma série de perguntas e respostas. Os clientes com mais conhecimento podem utilizar a metáfora Exploração de Produto, que permite que eles selecionem os recursos do produto desejado a partir de uma lista. Depois que a seleção tiver sido restringida por meio de um desses métodos mencionados anteriormente, os clientes podem utilizar a metáfora Comparação de Produtos para comparar produtos semelhantes lado a lado. O Consultor de Produto verifica a autorização de cada cliente e exibe apenas os resultados da pesquisa que o cliente tem autorização para visualizar.

Há dois métodos de pesquisa disponíveis para serem utilizados com o Consultor de Produto.

espaço de pesquisa separada

Outras tabelas adicionadas no banco de dados para reformatar os dados existentes do produto e permitir pesquisas paramétricas otimizadas, que

focalizam categorias individuais. As informações de atributo e categoria estão separadas das tabelas de banco de dados de base.

espaço de pesquisa base

Pesquisa o banco de dados do WebSphere Commerce que é criado durante a configuração da instância.

Ambos os espaços de pesquisa requerem que alguns metadados adicionais de atributos sejam ocupados nas tabelas do Consultor de Produto no banco de dados. Crie o espaço de pesquisa utilizando o WebSphere Commerce Accelerator ou utilizando os comandos do planejador. O Consultor de Produto inclui comandos do planejador para ajudar a automatizar o processo de criação de qualquer um dos espaços de pesquisa. Você deve criar um arquivo XML para ser utilizado como entrada no comando do planejador para atender aos requisitos.

Os clientes interagem com o catálogo utilizando as *metáforas de compras*. Há três tipos de metáforas de compras, cada uma apresenta os dados de catálogo de um modo exclusivo:

Comparação de Produtos

A metáfora da Comparação de Produtos exibe produtos relacionados lado a lado, de forma que os clientes possam identificar as semelhanças e diferenças entre eles. Inicie a metáfora da Comparação de Produtos diretamente ou nas metáforas da Exploração de Produto ou da Assistência de Vendas. A metáfora da Comparação de Produtos permite que o cliente compare os produtos selecionados.

Exploração de Produto

A metáfora da Exploração de Produto é para clientes que estão familiarizados com as características de uma determinada categoria de produtos. O cliente seleciona os valores da característica que deseja, que iniciará uma pesquisa paramétrica dos dados do produto. A metáfora da Exploração de Produto pode ser utilizada para exibir a lista resultante dos produtos apropriados que correspondam aos valores de parâmetro selecionados.

Assistência de Vendas

A metáfora da Assistência de Vendas é para clientes que não tem certeza sobre onde começar. Ela apresenta uma série de perguntas de múltipla escolha, em que a resposta determina a próxima pergunta. Você pode criar quantas respostas desejar para uma determinada pergunta. Para cada resposta, é possível criar uma pergunta subsequente.

Conforme o cliente responde as perguntas, as informações fornecidas em cada resposta são coletadas. Uma lista cada vez mais refinada dos produtos que correspondem às respostas será determinada. O cliente pode escolher exibir esta lista a qualquer momento ou continuar com as perguntas. Por padrão, as respostas à última pergunta disponível será ligada a uma metáfora definida anteriormente da Comparação de Produtos. Quando o cliente responde a última pergunta, uma lista de produtos correspondentes será exibida automaticamente. É possível substituir o padrão para que uma metáfora ou uma URL diferente seja o alvo.

As metáforas podem ser criadas utilizando as ferramentas no WebSphere Commerce Accelerator ou executando comandos planejados a partir do Administration Console. Se você criar metáforas utilizando comandos planejados, será necessário criar um arquivo XML que será utilizado como entrada nos comandos planejados.

Determinando se os Dados do Catálogo são Adequados para o Consultor de Produto

Para ajudar a determinar se o catálogo está adequado para uso com o Consultor de Produto, considere as seguintes áreas:

Características

Você deve assegurar-se de que o catálogo seja rico em características do produto. As metáforas incluem ou removem produtos de uma lista de produtos com base nos valores das características dos produtos. Para que seja distinguido entre vários produtos, um produto deve ter características amplas.

Considere uma loja que vende computadores e definiu várias características para os computadores. Os exemplos destas características definidas pelo usuário incluem: unidade de CD-ROM, disco rígido, memória, sistema operacional e processador. Com base nestas características, as metáforas limitam a seleção de produtos aplicáveis ao cliente. Por exemplo, os clientes podem indicar que estão interessados apenas em computadores que tenham uma capacidade mínima de memória de 256 MB. Para que as metáforas utilizem estas informações, defina um recurso para aquela característica (neste caso, *memória*). Portanto, é importante entender e definir as características pelas quais você espera que os clientes diferenciem os produtos, antes de criar suas metáforas de compras.

Hierarquia do catálogo

A hierarquia do catálogo deve agrupar produtos com as mesmas características em uma mesma categoria.

Atributos do produto

O Consultor de Produto utiliza os atributos definidos nas tabelas do Banco de Dados do WebSphere Commerce como características. Utilize um atributo para cada recurso que é requerido pelo Consultor de Produto. Certifique-se de utilizar o mesmo atributo para todos os produtos (ou itens) em uma categoria.

Design do fluxo de pergunta e resposta para a metáfora de Assistência de Vendas

É necessário capturar o conhecimento da força de vendas nesta metáfora. Certifique-se de solicitar informações de especialistas de vendas e de produtos ao projetar essas informações.

Procedimentos Etapa por Etapa

O que você pode fazer		Consulte o tópico...
Desenvolvedor de aplicativos	Entender a implementação do Consultor de Produto.	<ul style="list-style-type: none">• Consultor de Produto• Modelo de Dados do Consultor de Produto• Arquivos JSP de Amostra na Ajuda On-line do WebSphere Commerce Studio.

O que você pode fazer		Consulte o tópico...
Vendedor, Comprador (lado de compras), Gerenciador de Categoria ou Gerenciador de Produto	Utilizar metáforas de compra em uma loja	<ul style="list-style-type: none"> • Consultor de Produto • Criando uma Metáfora de Comparação de Produtos • Criando uma Metáfora de Exploração de Produto • Criando uma Venda Orientada para uma Categoria • Criando Espaço de Pesquisa para o Consultor de Produto na Ajuda On-line do WebSphere Commerce.

Capítulo 16. Leilões

Leilões são modelos de vendas cada vez mais populares para transações on-line. Os leilões fornecem um método de negociação e estabelecimento de preço e outros termos de forma dinâmica para a venda de produtos e serviços. O WebSphere Commerce fornece ferramentas que o ajudam a criar e gerenciar leilões em seu site. O componente de leilões fornece um ambiente ideal para implementar leilões de escala pequena a moderada como parte de sua solução de e-commerce.

A criação e o gerenciamento de um leilão do WebSphere Commerce é simples. O Gerenciador de Produtos pode utilizar estilos de leilões fornecidos pelo sistema ou criar estilos personalizados. Os estilos de leilão contêm valores predefinidos para campos de entrada e reduzem o tempo requerido para criação de leilões.

Os leilões do WebSphere Commerce são altamente seguros. Nos shoppings de multi-lojas, os comerciantes ou administradores de uma loja não podem configurar ou modificar os leilões para outra loja. Usuários autorizados podem exibir lances de leilões. Por padrão, os usuários que recebem a função de Vendedor ou Gerente de Produtos podem exibir lances de leilões. Apenas clientes registrados em sessão no site podem submeter lances. O sistema criptografa todas as informações confidenciais.

Recursos de pesquisa multi-atributos permitem a pesquisa de leilões específicos. Você pode pesquisar leilões pelo ID do leilão, tipo ou produto. Também é possível pesquisar por estilos de leilões e regras de controle de lances.

O Representante de Atendimento ao Cliente utiliza fóruns de discussão para exibir e responder as mensagens de clientes relativas a um leilão. Utilize esses fóruns para fornecer aos clientes informações extras sobre o produto em leilão, regras do leilão ou os próximos leilões.

Os leilões estão disponíveis nos seguintes modelos de negócios: Consumidor direto, Negócios diretos, Mercado do Revendedor de negócios indiretos, Loja hospedada pelo revendedor de negócios indiretos, Loja hospedada pelo fornecedor de negócios indiretos.

Recursos para Participantes de Leilões

As ações que o participante do leilão pode executar são descritas na lista abaixo.

Regras dos leilões

Um conjunto de regras governa cada leilão. O licitante deve revisar e entender essas regras antes de participar de um leilão. As regras do leilão especificam as seguintes informações:

- O tipo de leilão, o nome do produto e a quantidade.
- O preço mínimo do leilão, se existir.
- O valor do depósito. Os ganhadores que se recusarem a aceitar os itens leiloados, perdem o valor do depósito. O banco de dados registra os valores de depósito quando um cliente submete um lance; no entanto, o WebSphere Commerce Payments não processa os depósitos. Se desejar processar depósitos, é necessário escrever código para implementar o processamento do depósito.
- A data e a hora de início do leilão.

- As condições que governam o final do leilão, como data e hora de finalização programada.
- As regras de lance para o leilão que descrevem o lance mínimo, a quantidade e o incremento do lance. As regras de lances se aplicam aos leilões de Lance Aberto e Lance Fechado.
- Mecanismos de preços para o leilão.

Quando mais de um produto está disponível em um leilão, o leilão pode ter vários ganhadores. Os lances vencedores podem ter valores diferentes. Os mecanismos de preços entram em efeito quando vários itens estão disponíveis para leilão ou a quantidade do leilão não é a mesma que a quantidade de lance mínimo. Os leilões do WebSphere Commerce suportam dois mecanismos de preços.

Discriminativo

Os vencedores do leilão pagam os valores exatos de seus lances.

Não-discriminativo

Os vencedores pagam o preço pago pelo vencedor com o menor lance.

Os leilões de Lance Aberto ou Lance Fechado devem utilizar preço discriminativo ou não-discriminativo.

- Comentários adicionais sobre o leilão. Inclui seus comentários nos campos de descrição resumida ou longa na página de regras. As informações incluídas são comunicadas aos licitantes.

Se as regras forem alteradas durante um leilão, os licitantes devem ler novamente as regras do leilão antes de submeter ou atualizar lances. Os lances submetidos antes da alteração da regra não são afetados e ainda podem ganhar o leilão.

Lances automáticos

Os participantes podem ter lances submetidos automaticamente em leilões de Lance Aberto, configurando lances automáticos que especificam o valor máximo do lance e outras informações.

Galeria de leilões

A galeria de leilões exibe os leilões interessantes para os clientes. Eles podem incluir ou remover leilões da galeria. A galeria de leilões inclui leilões incluídos de maneira explícita pelo cliente, de forma que eles possam monitorar ou participar dos leilões. Se um cliente submeter um lance em um leilão, aquele leilão será incluído na galeria.

Mensagens de notificação do leilão

Os participantes recebem mensagens que notificam sobre eventos, tais como ganhar o leilão. Se os clientes não lerem a mensagem dentro de um período especificado, eles receberão automaticamente uma mensagem de e-mail contendo o mesmo texto.

Fóruns de discussão

Os clientes podem se comunicar com a loja por meio de fóruns de discussão de leilões.

Tipos de Leilão

O WebSphere Commerce fornece três tipos de leilões:

Lance Aberto

Os leilões de Lance Aberto seguem o modelo de sessão pública, isto é, todos os clientes podem ver todos os lances. Normalmente, os leilões de Lance Aberto incluem um pequeno tempo de resposta entre a submissão do lance final e a hora em que o administrador fecha o leilão. Estes leilões funcionam bem quando os clientes em potencial participam do leilão de maneira simultânea e se sentem confortáveis com a submissão rápida de lances do contador. Se

necessário, o administrador pode estender o tempo entre a submissão do lance final e o fechamento do leilão. Isto dá aos clientes mais tempo para reagir e submeter lances.

Lance Fechado

Os leilões de Lance Fechado de Única Rodada utilizam um processo de lance particular. Cada participante submete um lance particular, conhecido somente por eles mesmos e pelo administrador. O leilão é fechado no tempo final de submissão de lances. O administrador determina os ganhadores e os perdedores do leilão. Utilize leilões de Lance Fechado quando não for prático para que os licitantes preparem lances de contador de maneira instantânea. São as seguintes as características de leilões de Lance Fechado:

- Anonimato de lances entre autores de lances
- Tempos finais de submissão longos para permitir que os autores dos lances recolham informações, tomem decisões e preparem e submetam seus lances

Dutch

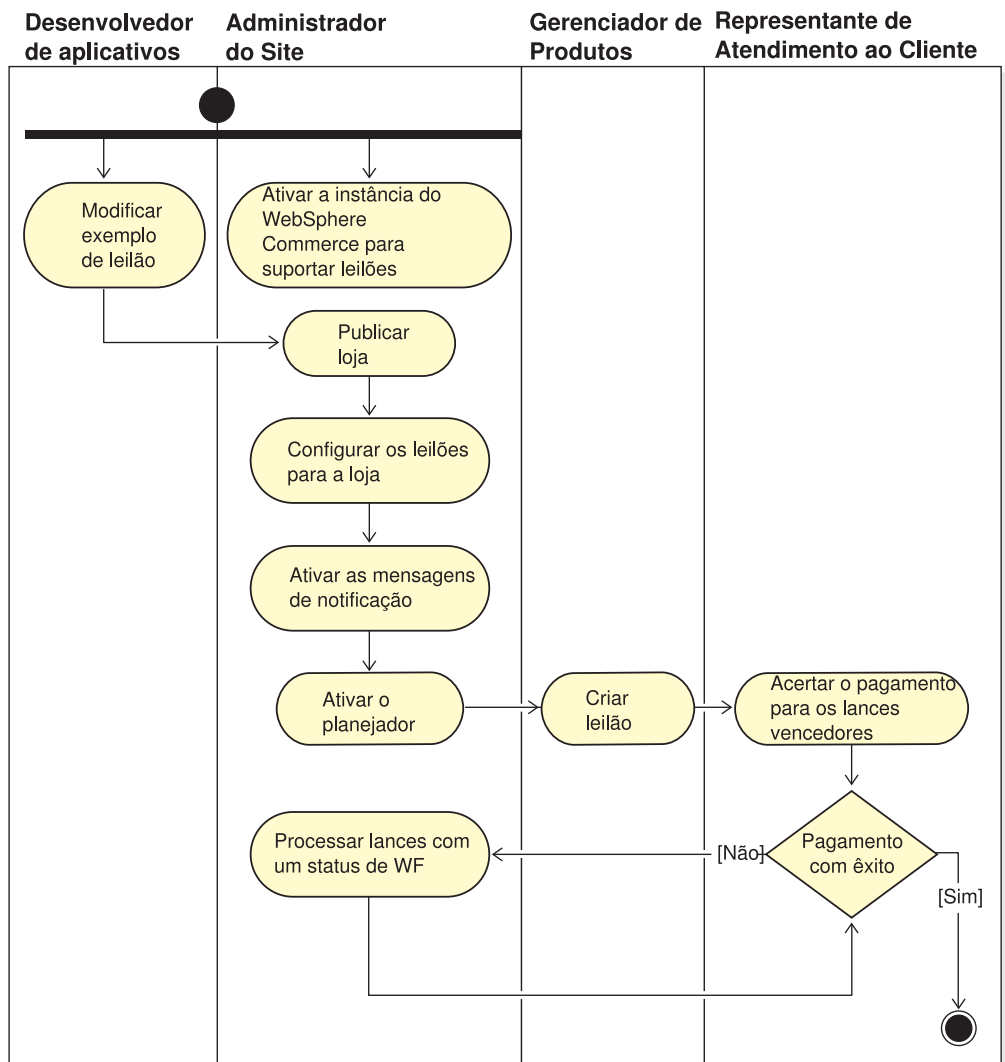
Em um leilão Dutch, o administrador anuncia um preço e pergunta se há algum participante interessado em conduzir uma transação a esse preço. Em leilões de Lance Aberto e Lance Fechado, os participantes submetem preços de lances. O leilão começa com um preço de lance alto que é reduzido naquele período até que hajam autores de lances suficientes para limparem o inventário.

Em todos os leilões, as interações acontecem entre a loja e os clientes, não entre clientes.

Ao contrário do ambiente de leilão tradicional, em que os leilões são executados seqüencialmente, vários leilões do WebSphere Commerce podem ser executados simultaneamente.

Configurando Leilões do WebSphere Commerce

O seguinte diagrama mostra as pessoas envolvidas na implementação e manutenção de leilões na loja:



Gerenciando Leilões para a Loja

Após criar um leilão, é possível exibir, alterar, retirar ou fechar o leilão. É possível também exibir os lances enviados e remover leilões ativos. O gerenciamento de leilões também inclui funções do fórum de discussão. Você pode responder perguntas de clientes, postar informações adicionais e remover mensagens individuais ou segmentos completos da discussão.

Os usuários atribuídos à função de Gerente de Produtos ou Comprador (lado da venda) podem executar as seguintes tarefas:

- Criar um novo leilão
- Alterar um leilão já existente
- Exibir um resumo de um leilão
- Retirar um leilão
- Gerenciar fóruns de discussão de leilões
- Gerenciar lances

- Fechar lances
- Localizar leilões

Gerenciando Leilões para Clientes

Normalmente, os Representantes de Atendimento ao Cliente gerenciam leilões para clientes.

O RAC pode exibir detalhes sobre leilões, incluindo as seguintes informações:

- ID do leilão, que o identifica com exclusividade
- Tipo de leilão: Dutch, Lance Aberto ou Lance Fechado
- SKU do produto, que define exclusivamente o produto em leilão
- Status do leilão
- Quantidade de produtos no leilão

O RAC pode executar as seguintes tarefas:

- Localizar leilões
- Exibir leilões
- Retirar lances do leilão para os clientes
- Criar e gerenciar fóruns de discussão para os clientes

Procedimentos Etapa por Etapa

O que você pode fazer	Consulte o tópico...
desenvolvedor de aplicativos Modificar as páginas de amostra do leilão	As lojas de exemplo fornecidas com o WebSphere Commerce fornecem páginas do leilão de amostra. Procure no arquivo SAR para cada modelo, por exemplo, BusinessIndirectReseller.sar Para obter informações sobre as lojas de exemplo, consulte o <i>WebSphere Commerce - Guia de Loja de Exemplo</i> .
Administrador de Site Configurar a infra-estrutura para que o site possa utilizar leilões	Ajuda On-line do WebSphere Commerce Processar um lance com o status WF Ativar a mensagem de notificação de leilão Configurando o fluxo da loja utilizando o WebSphere Commerce Accelerator
Administrador de Site Manter o banco de dados	Consulte a seção <i>Utilitário de Limpeza do Banco de Dados do WebSphere Commerce - Guia de Administração</i> .
Administrador de Site Resolução de problemas	Ajuda On-line do WebSphere Commerce Processar um lance com o status WF
Gerente de Produtos, Comprador (lado da venda)	Ajuda On-line do WebSphere Commerce Alterar leilões existentes Gerenciar lances Retirar o lance de um participante Gerenciar discussões Retirar um leilão Fechar os lances de um leilão
Representante de Atendimento ao Cliente	Ajuda On-line do WebSphere Commerce Gerenciar discussões Retirar o lance de um participante

Capítulo 17. Relatórios e Inteligência de Negócios

Este capítulo descreve as capacidades de relatórios operacionais e de inteligência de negócios do WebSphere Commerce. No WebSphere Commerce há dois tipos de relatórios:

Relatórios de inteligência de negócios

Capacidades de relatórios mais robustos sobre inteligência de negócios são fornecidas pelo WebSphere Commerce Analyzer, um componente opcional do WebSphere Commerce.

Relatórios operacionais

Fornecer relatórios para uso de inventário, produto, devolução, gerenciamento de contrato e Consultor de Produto. São referidos como relatórios operacionais.

Inteligência Analítica e de Negócios

O WebSphere Commerce Analyzer é um conjunto abrangente de ferramentas para análise de resultados de e-commerce. Em particular, o data mart do WebSphere Commerce Analyzer contém extrações de dados operacionais do WebSphere Commerce, resultando em informações extensivas sobre os negócios. Utilizando os relatórios de análises fornecidos, os usuários de negócios podem discernir as tendências e características do cliente, tomar melhores decisões, formular estratégias e aprender como aperfeiçoar seus negócios.

No release anterior do WebSphere Commerce, o relatório analítico foi realizado com o WebSphere Commerce Analyzer, Entry Edition. Você precisa de discernimento mais profundo de seus dados e melhor compreensão das tendências. Como a extração de dados e a inteligência de negócios são componentes essenciais do WebSphere Commerce, os releases anteriores do WebSphere Commerce Analyzer foram significativamente aperfeiçoados com ferramentas de análise de dados e tecnologia de relatórios. Os recursos aprimorados são:

- Um data mart, instalado em um servidor separado, no qual é possível executar a análise e o relatório de dados detalhados sem afetar o desempenho dos sistemas operacionais WebSphere Commerce. O data mart é projetado com tabelas de relatórios predefinidas e expansíveis para fornecer dados históricos com a finalidade de comparação.
- Um conjunto de ferramentas para extrair, transformar e carregar dados de um banco de dados operacional do WebSphere Commerce no data mart. Essas ferramentas de extração são fornecidas com extrações predefinidas que são facilmente expandidas para endereçar seus requisitos de dados personalizados.
- Um conjunto de ferramentas de extração de dados para análise de inteligência de negócios em oposição ao data mart. Essa tecnologia de extração de dados fornece a habilidade de procurar tendências e características em dados que não poderiam ser, de outra maneira, aparentes, resultando em discernimentos que fornecem grande vantagem de negócios.
- A Estrutura de Relatório fornece uma lista extensiva de relatórios analíticos ao usuário. Mais de 250 relatórios em 16 categorias asseguram que o usuário terá os dados necessários específicos para a área de interesse. Essa estrutura é fornecida com o WebSphere Commerce Analyzer, portanto, as empresas podem expandir os relatórios fornecidos com o sistema alterando os relatórios existentes ou criando novos. A Estrutura de Relatório substitui o Brio Broadcast Server

incluído nos releases anteriores. Se você quiser capacidades de relatório mais robustas, kits de integração de relatórios estarão disponíveis para diversos fornecedores de relatórios comerciais.

- Análises de clickstream estão incluídas com o data mart, permitindo que você faça análises detalhadas entre os dados transacionais e de clickstream. Isso permitirá melhor discernimento sobre as funções e processos.
- Gerentes de Marketing podem utilizar a tecnologia de extração de dados sofisticada para identificar tendências nos dados e perfis de clientes que se adaptem as essas tendências. Por exemplo, procurar segmentos de clientes que pediram mais de um item de uma promoção anterior e utilizaram a entrega expressa. A extração de dados é capaz de procurar dinamicamente resultados que atendam às características especificadas no modelo. Existem 26 modelos predefinidos fornecidos e você pode adicionar quantos quiser. Os perfis de clientes podem conduzir a criação de uma lista de usuários na função de promoções e campanhas do WebSphere Commerce Accelerator, resultando em uma análise de *circuito fechado*.

Análise de Circuito Fechado

As análises de circuito fechado fornecem tecnologia rápida de 'análise de ações'. As análises de circuito fechado integram resultados avançados da análise de extração de dados para que um Gerente de Marketing possa criar um perfil de cliente explícito com base nos segmentos gerados a partir da função de extração de dados do WebSphere Commerce Analyzer.

Essa função de circuito fechado elimina as etapas manuais entre o WebSphere Commerce Analyzer e o WebSphereCommerce automatizando a criação de uma lista de clientes-alvo explícita. Perfis de clientes mais precisos são criados utilizando-se o segmento (lista de membros) gerado pelo WebSphere Commerce Analyzer (perfil explícito).

Relatórios operacionais do WebSphere Commerce

Relatórios de Gerenciamento de Contas

O Gerente de Vendas pode otimizar e maximizar valores de contratos analisando o desempenho e a eficiência do contrato. É necessário conhecer melhor os clientes para otimizar seu valor e maximizar a habilidade de vender produtos e serviços aos clientes corretos. Desvendar padrões de comportamento sutis e tendências críticas de compras para otimizar a atividade do comércio. Fechar o circuito atuando em tendências e informações ocultas para fornecer resultados reais.

O Gerente de Vendas pode rapidamente produzir relatórios relacionados a uma conta ou contrato específicos. Os Representantes de Conta podem produzir relatórios relativos a suas próprias contas e contratos.

Pedidos por conta

Revê pedidos do saldo de conta selecionado.

Limites de Pedidos de Compra Limitada por Conta

Revê o saldo atual e o limite de pedidos de compras da conta selecionada.

Reembolso por conta

Revê os reembolsos emitidos para a conta selecionada.

Os contratos fecham a data de expiração

Revê os contratos da conta selecionada que estão perto da expiração.

Relatórios de Gerenciamento de Contratos

O Gerente de Vendas pode rapidamente produzir relatórios relacionados a uma conta ou contrato específicos. Os Representantes de Conta podem produzir relatórios relativos a suas próprias contas e contratos.

Quantidades de encargos por contrato

Este relatório lista todos os pedidos associados ao contrato selecionado.

Reembolsos por contrato

Este relatório lista todos os reembolsos associados ao contrato selecionado.

Gerenciamento de Inventário Esperado

Recebimentos de inventário através dos registros de inventário esperado

Revê o recebimento de registro de inventário esperado

Registros de inventário esperado em aberto

Revê os recebimentos esperados e registros de inventário esperado pendentes.

Relatórios de Inventário

O WebSphere Commerce Accelerator fornece os seguintes relatórios para controlar os problemas relativos a inventário.

Recebimentos de inventário por produto

Esse relatório lista todos os recebimentos: recebidos por registros de inventário esperado, recebimentos não esperados e recebimentos incluídos como um resultado da disposição de produtos. Utilize esse relatório para rever recebimentos de produtos. As opções do relatório incluem a data de início, data de encerramento, SKUs e centros de distribuição. O relatório pode ser classificado por SKU ou pela data de recebimento.

Ajustes no inventário

Esse relatório mostra os ajustes do inventário por produto. As opções do relatório incluem a data de início, data de encerramento, SKUs, centros de distribuição e motivos de ajuste. O relatório pode ser classificado pela data de ajuste ou por SKU. O relatório é agrupado por produto, centro de distribuição e data de ajuste.

Status do inventário

Esse relatório mostra o status de alocação do inventário e recebimento de produtos do estoque atual. As opções do relatório incluem SKUs e centros de distribuição. O relatório pode ser classificado por SKU. Ele é agrupado por centro de distribuição e por SKU.

Recebimentos de inventário através dos registros de inventário esperado

Esse relatório mostra os recebimentos de registros de inventário esperado.

Exceções de envio

Esse relatório mostra em quais releases estão faltando informações de declaração de ausência.

Produtos em pedidos pendentes

Esse relatório mostra informações de pedidos em espera por produto. Utilize esse relatório para rever a alocação atual do inventário e o status de recebimento dos produtos no estoque. As opções incluem SKUs e centros de distribuição. Os resultados podem ser classificados por SKU. Ele é agrupado por centro de distribuição e por SKU.

Resumo do pedido

Esse relatório resume os pedidos recebidos pela loja em um período de vendas definido pelo usuário.

Descontos

Esse relatório exibe informações sobre as receitas de vendas e alvos de vendas associados a descontos definidos.

Pedidos pendentes vencidos

Esse relatório mostra os pedidos que possuem produtos em pedidos pendentes que estão vencidos.

Registros de inventário esperado em aberto

Esse relatório mostra os registros de inventário esperado abertos. Utilize esse relatório para rever os recebimentos esperados e registros de inventário esperado importantes.

Relatórios de marketing

Antes de utilizar os relatórios de marketing, o Administrador do Site deve ativar o Monitor de Eventos de Marketing.

As iniciativas de campanhas geram estatísticas sobre seu uso. Essas estatísticas podem ser exibidas por Vendedores e Gerentes de Marketing, utilizando o WebSphere Commerce Accelerator. As estatísticas ilustram uma taxa de cliques da iniciativa para cada Área de e-Marketing em que é implementada. Essas estatísticas fornecem feedback sobre a efetividade da iniciativa, bem como taxas comparativas de êxito entre as várias localizações em que ela é exibida. ???

Estatísticas de iniciativas de campanha

Para cada iniciativa de campanha, as seguintes informações: Ponto de e-Marketing, visitas, cliques, proporção de cliques.

Estatísticas do Consultor de Produto

Utilize esta lista para exibir as estatísticas de todo o site de todas as metáforas do Consultor de Produto. As estatísticas são exibidas em uma tabela com as seguintes informações: ID da categoria, nome da categoria, nome da metáfora e conta.

Estatísticas da Comparação de Produtos

Utilize esta lista para exibir as estatísticas de todo o site de todas as metáforas da Comparação de Produtos. As estatísticas são exibidas em uma tabela com as seguintes informações: categoria, nome da categoria, exibição de IDs (o número total de produtos comparados), cliques (o número de vezes em que a utilização de uma metáfora levou a cliques subsequentes em um produto específico).

Estatísticas da Exploração de Produto

Utilize esta lista para exibir as estatísticas de todo o site de todas as metáforas da Exploração de Produtos. As estatísticas são exibidas em uma tabela com as seguintes informações: ID da categoria, nome da categoria, nome da característica e conta.

Estatísticas da Assistência de Vendas

Utilize esta lista para exibir as estatísticas de todo o site de todas as metáforas da Assistência de Vendas. As estatísticas são exibidas em uma tabela com as seguintes informações: ID da categoria, tipo, ID da árvore, ID de conceito, ID de conceito pai, nome do conceito.

Relatórios de Gerenciamento de Produtos

O WebSphere Commerce Accelerator fornece os seguintes relatórios para gerenciar produtos.

Devoluções pendentes

Determina qual inventário retornado ainda não foi recebido.

Produtos em pedidos pendentes

Determina quais produtos e quantos de cada estão em pedidos pendentes.

Recebimentos de inventário por produto

Revê os recebimentos de inventário.

Status do inventário

Revê a alocação do inventário atual e o status do recebimento de produtos em estoque.

Relatórios de Gerenciamento de Devoluções

Devoluções com recebimentos parciais

Esse relatório mostra devoluções para as quais pelo menos um produto foi recebido pelo cliente e pelo menos um produto não foi recebido do cliente.

Recebimentos de devoluções não-dispostas

Esse relatório mostra devoluções por produto, dos produtos que foram recebidos mas ainda não foram dispostos.

Devoluções pendentes

Esse relatório mostra devoluções que foram registradas, mas nenhum produto foi recebido do cliente. Esse relatório não descreve devoluções que foram registradas em que alguns dos produtos foram recebidos do cliente. Essas devoluções podem ser encontradas no relatório Devoluções com Recebimentos Parciais.

Exceções de Envio

Exceções de envio

Determina em quais releases estão faltando informações de declaração de ausência.

Capítulo 18. Gerenciando Relacionamentos de Negócios

Este capítulo descreve o processo de gerenciar contas de negócios no WebSphere Commerce Business Edition. As informações neste capítulo aplicam-se apenas a lojas que utilizam o modelo de vendas de Negócios Diretos, como lojas criadas a partir da loja de exemplo ToolTech.

Contas de Negócios

As contas de negócios são o ponto de início para gerenciamento dos relacionamentos de uma loja com organizações cliente. As contas de negócios podem ser utilizadas para acompanhar contratos e pedidos de organizações clientes. Também é possível configurar a forma como os compradores das organizações clientes comprarão em sua loja.

Uma conta de negócios registra as seguintes informações sobre uma organização cliente:

- O nome da organização cliente e uma pessoa de contato dentro dessa organização
- O departamento e o nome do representante da conta da loja atribuída à organização cliente
- As informações sobre pedidos de compras que uma organização cliente possui com a loja
- Como as faturas são enviadas para a organização cliente
- O valor da linha de crédito emitido pela loja (se a organização cliente possuir uma linha de crédito)
- Quaisquer comentários gerais sobre a conta de negócios

Contas de negócios são gerenciadas por usuários a quem foi atribuída a função de Gerente de Vendas.

Contrato

Os Contratos permitem que uma organização cliente adquira produtos de uma loja ou grupo de lojas a um preço específico por um período específico de tempo. Os contratos podem ser criados utilizando o WebSphere Commerce Accelerator ou criando arquivos XML e importando-os para ocupar o banco de dados.

Direitos do Cliente

As políticas de negócios definem o escopo das práticas suportadas dentro de uma loja ou grupo de lojas. Os direitos do cliente permitem personalizar o comportamento de uma loja para clientes diferentes. Direitos do cliente referem-se às ações que um cliente pode executar em uma loja. Você *autoriza* clientes em vários aspectos. Isso inclui os produtos que eles podem comprar, o preço do produto e os métodos de pagamento aceitáveis. Os direitos do cliente são prescritos pelos termos e condições definidos em um *contrato* entre o Comprador e o Vendedor.

Contrato Padrão

Os direitos padrão do cliente são definidos pelo *contrato padrão* de uma loja. Este contrato padrão geralmente especifica que os clientes podem acessar o catálogo

principal e adquirir itens nos preços base. Este contrato também especifica os métodos de pagamento aceitos pela loja, e as transportadoras que serão utilizadas para enviar pedidos. O contrato padrão aplica-se a todos os clientes que utilizem uma loja e que não possuam nenhum outro contrato com a loja. Se o cliente tiver permissão para adquirir produtos que não estejam cobertos por um contrato, o contrato padrão será aplicado ao produto não coberto.

Originalmente, o contrato padrão de uma loja é configurado para especificar os seguintes direitos de um cliente:

- O cliente pode adquirir todos os produtos disponíveis no catálogo da loja.
- O cliente paga o preço base pelos produtos. Não se aplicam aumentos ou descontos.
- O pagamento é especificado durante o processamento do pedido. O cliente pode utilizar qualquer método de pagamento aceito pela loja.
- O cliente pode escolher qualquer transportadora suportada pela loja para envio de um pedido.
- O envio para endereço de um pedido será especificado pelo cliente durante o processamento do pedido.
- Os encargos para envio são calculados pelo vendedor na captura do pedido.
- Não há encargos para devoluções.
- Um reembolso será sempre aprovado para produtos devolvidos em 30 dias.
- O comprador será reembolsado por uma devolução, utilizando o método de pagamento original.

Se você não desejar utilizar o contrato padrão para uma organização específica do cliente; crie um contrato para essa organização.

Criando uma Organização, Conta e Contrato para um Cliente

Esta seção descreve as sete etapas requeridas para incluir uma outra organização, conta, cliente e contrato na loja ToolTech. O contrato é criado utilizando o WebSphere Commerce Accelerator.

Etapas 1. O Administrador do Site cria uma organização para representar a organização compradora.

Etapas 2. O Administrador do Site cria um usuário com a função de Comprador para a organização compradora.

Etapas 3. O Gerente de Vendas cria uma conta com a organização compradora.

Etapas 4. O Representante da Conta cria um contrato.

a. Define o nome e a descrição do contrato.

Opcionalmente, é possível fornecer datas de início e de encerramento do contrato. Se você não fornecer as datas de início e de encerramento do contrato, ele será iniciado na data atual e expirará em um ano. Também é possível especificar que ele não tenha data de expiração.

b. Define os clientes (organizações de compradores) aos quais o contrato se aplica.

A lista de Clientes Disponíveis exibe a Organização Compradora da conta e as unidades organizacionais dela

c. Define o preço e suas limitações

Utilize a página Preços para definir quais produtos estão disponíveis sob um contrato e quais preços serão pagos pelo cliente para os produtos. Os preços dos produtos podem ser definidos no contrato

utilizando qualquer combinação dos seguintes métodos: Preços percentuais, preços fixos e limitações de seleção.

- **Preços percentuais**

- Aplicar um ajuste no catálogo principal inteiro

Defina um ajuste para o preço percentual no catálogo inteiro.

Todos os itens do catálogo adotarão o ajuste de preço. Todos os produtos no catálogo da loja estão disponíveis para venda, com um ajuste percentual (aumento ou redução) a partir do preço base definido no catálogo principal da loja.

- Aplicar um ajuste nas seguintes categorias otimizadas do contrato

Todos os produtos no catálogo da loja estão disponíveis para venda, com um ajuste percentual da subcategoria selecionada. O ajuste percentual (aumento ou redução) é aplicado no preço base definido no catálogo principal da loja.

- Aplicar um ajuste nas seguintes categorias e produtos

Todos os produtos do catálogo da loja estão disponíveis para venda, com um ajuste percentual nas subcategorias ou produtos selecionados. O ajuste percentual (aumento ou redução) é aplicado no preço base definido no catálogo principal da loja.

Para incluir ou excluir subcategorias do contrato, utilize a página Limitações de Seleção no Contrato.

- **Preços fixos**

Preço fixo especifica que a lista de produtos à venda e seus preços estão personalizados para venda em um contrato. Todos os produtos no catálogo da loja podem ser incluídos em uma lista de preços fixos. Observe que as listas de preços são exclusivas por contrato. Não é possível reutilizar listas de preços entre contratos.

- **Limitações de Seleção do Produto no Contrato**

Utilize limitações de seleção se o contrato especificar preços percentuais, mas o catálogo principal inteiro da loja não deve ser oferecido para venda. É possível excluir ou incluir categorias e itens para venda no contrato.

Excluir da venda as seguintes categorias e itens neste contrato

Especifique subcategorias e itens do catálogo a serem excluídos do catálogo principal no contrato.

Incluir para venda as seguintes categorias e itens neste contrato

Especifique subcategorias e itens do catálogo principal a serem incluídos no contrato.

d. Definir termos e condições de Envio.

Os termos e condições de envio especificam como os pedidos serão enviados, para onde serão enviados e quem irá pagar pelo frete.

Transportadoras

Selecione para definir como os pedidos criados sob um contrato são enviados. Se uma transportadora não for selecionada, os pedidos poderão ser enviados por qualquer modo disponível em uma loja. A lista de transportadoras disponíveis mostra todas as transportadoras definidas para a loja.

Tipo de encargo

Selecione para definir se os encargos para envio serão cobrados pelas transportadoras ou pela loja.

Endereços

Selecione para especificar para onde os pedidos feitos sob um contrato devem ser enviados. Isso permite limitar os locais para onde os pedidos podem ser enviados. Se o endereço enviar para não for especificado, um endereço enviar para deverá ser especificado sempre que um pedido for feito sob um contrato. A lista de endereços de envio disponíveis mostra o endereço de envio fornecido para a conta.

e. Selecionar um método de pagamento.

Especifique os métodos de pagamento que serão aceitos para pedidos feitos sob o contrato. Se nenhum pagamento for especificado em um contrato, o pagamento em todos os métodos aceitos pela loja serão aceitos para pedidos feitos sob o contrato. Por exemplo, um contrato poderia especificar um método de pagamento de cartão off line. Se a conta tiver uma linha de crédito, você poderá especificar que o pagamento será feito com a linha de crédito desse contrato.

f. Definir como tratar devoluções.**Políticas**

Selecione como as devoluções serão aprovadas e todos os encargos que o cliente deve pagar por devolução.

Reembolso

Selecione os métodos de pagamento que um cliente pode escolher ao receber reembolso sob um contrato. Se não estiver especificado, os clientes poderão escolher entre todos os métodos de pagamento disponíveis em uma loja.

g. Definir valores para aprovação de pedidos.

Marque a caixa de opção Aprovação requerida para especificar se os pedidos devem ser aprovados pela organização do cliente. Se a aprovação do pedido for requerida, você pode especificar um valor de aprovação mínimo para o pedido. Isso deve permitir que os pedidos com um valor abaixo do valor da moeda sejam preenchidos sem aprovação da organização do cliente.

h. Especificar anexos.

Anexos se referem a quaisquer informações que estejam anexadas a um contrato. Por exemplo, um anexo pode ser um documento padrão de Termos e Condições em formato PDF, que uma organização cliente anexa a todos os contratos. Digite o URL completo do anexo, por exemplo, <http://www.ibm.com/attachments/terms.pdf>. A página Resumo do Contrato lista todos os anexos do contrato.

i. Incluir comentários.

Comentários podem ser quaisquer comentários sobre o contrato. Os comentários do contrato são exibidos na página Resumo do Contrato.

j. Salvar o contrato.

O contrato recentemente criado é mostrado na página Contratos. O contrato fica no status de Rascunho. Para que o contrato possa ser utilizado na loja, ele precisa ser aprovado e implementado.

Etapa 5. Enviar o contrato para aprovação

Um contrato submetido é um rascunho de contrato que está completo e que foi submetido para aprovação. Antes que um contrato possa ser enviado, é necessário definir pelo menos um termo de cálculo de preços, um tipo de encargo para envio e um cliente. O Gerente de Vendas ou Representante da Conta decide quando um rascunho de contrato está pronto para ser submetido para aprovação. Se tiverem sido definidas aprovações, os aprovadores designados para o contrato deverão revê-lo. Se não tiverem sido definidas aprovações, o contrato irá para estado Ativo.

Etapa 6. Aprovação do contrato

Se os aprovadores designados para o contrato decidirem que um contrato está completo e aceitável, eles poderão mover o contrato para o estado aprovado. O WebSphere Commerce irá tentar implementar um contrato aprovado automaticamente.

Os contratos podem ser aprovados ou rejeitados pelos aprovadores e administradores com acesso apropriado. Geralmente, é o Gerente de Vendas que aprova os contratos. O processo para aprovação ou rejeição de um contrato é o mesmo processo utilizado para todas as aprovações no WebSphere Commerce.

Etapa 7. Implementação do contrato

Um contrato implementado com êxito é um contrato ativo. Os usuários registrados da organização compradora podem agora fazer compras na loja sob os termos prescritos no contrato.

Determinando Como Criar um Contrato

A maioria das lojas utilizará o WebSphere Commerce Accelerator para criar e gerenciar contratos. No entanto alguns termos e condições não podem ser especificados com o WebSphere Commerce Accelerator. Se você precisar desses termos, deverá criar o contrato utilizando arquivos XML.

Termos e condições que não podem ser definidos com o WebSphere Commerce Accelerator

Valor de direito de compra

Este termo estabelece um limite no valor combinado de todos os pedidos feitos sob um contrato. O valor de todos os pedidos feitos sob o contrato deve ser menor ou igual a um valor especificado. Se este limite for excedido ao fazer um pedido, ocorrerá uma falha no processamento do pedido.

Valor obrigatório de compra

Este termo especifica o valor mínimo de todos os pedidos que devem ser feitos sob o contrato dentro de um tempo especificado após a implementação do contrato. Se o valor cumulativo dos pedidos feitos sob o contrato estiver abaixo do valor estabelecido no tempo especificado, a loja poderá cancelar o contrato.

Centro de distribuição

Este termo permite que você especifique que o centro de distribuição a partir do qual os pedidos feitos sob o contrato devem ser preenchidos.

Formato da Fatura

Especifica o layout de faturas a serem enviadas por e-mail para a organização do cliente.

Procedimentos Etapa por Etapa

O que você pode fazer		Consulte o tópico...
Gerente de Vendas	Configurar e gerenciar contas de negócios.	<i>Gerenciando uma Conta de Negócios: Visão Geral (Business Edition)</i> na Ajuda On-line do WebSphere Commerce.
Representante de Conta	Trabalhar com contratos	<i>Criando um Novo Contrato Utilizando o WebSphere Commerce Accelerator (Business Edition)</i> na Ajuda On-line do WebSphere Commerce.

Capítulo 19. RFQ (Pedido de Cotação)

RFQ (Pedido de Cotação) é um dos mecanismos comerciais disponíveis no WebSphere Commerce. Os compradores podem adicionar produtos em um RFQ procurando o catálogo ou utilizando uma lista de requisições. Os compradores podem incluir qualquer número de produtos em um RFQ e definir especificações exclusivas para cada produto. Também podem especificar termos e condições para a transação. Um vendedor pode exibir e responder a um RFQ quando o RFQ está no estado *Ativo*. Um comprador também pode alterar ou cancelar um RFQ.

Quando os vendedores respondem a um RFQ, eles têm a opção de responder a cada produto e a cada especificação de produto. Um Vendedor também modifica ou cancela uma resposta. O Vendedor também pode substituir produtos na resposta.

O vendedor pode avaliar as respostas ao RFQ no estado *Fechado* para escolher um vencedor ou vários vencedores. Quando a resposta ao RFQ é aceita pelo comprador e o vendedor é notificado, a transação do RFQ é concluída por meio de um dos seguinte processos:

- O comprador coloca um pedido que já contém as informações do RFQ.
- Um contrato que já contém as informações do RFQ é criado.
- O RFQ pode ir para a próxima rodada

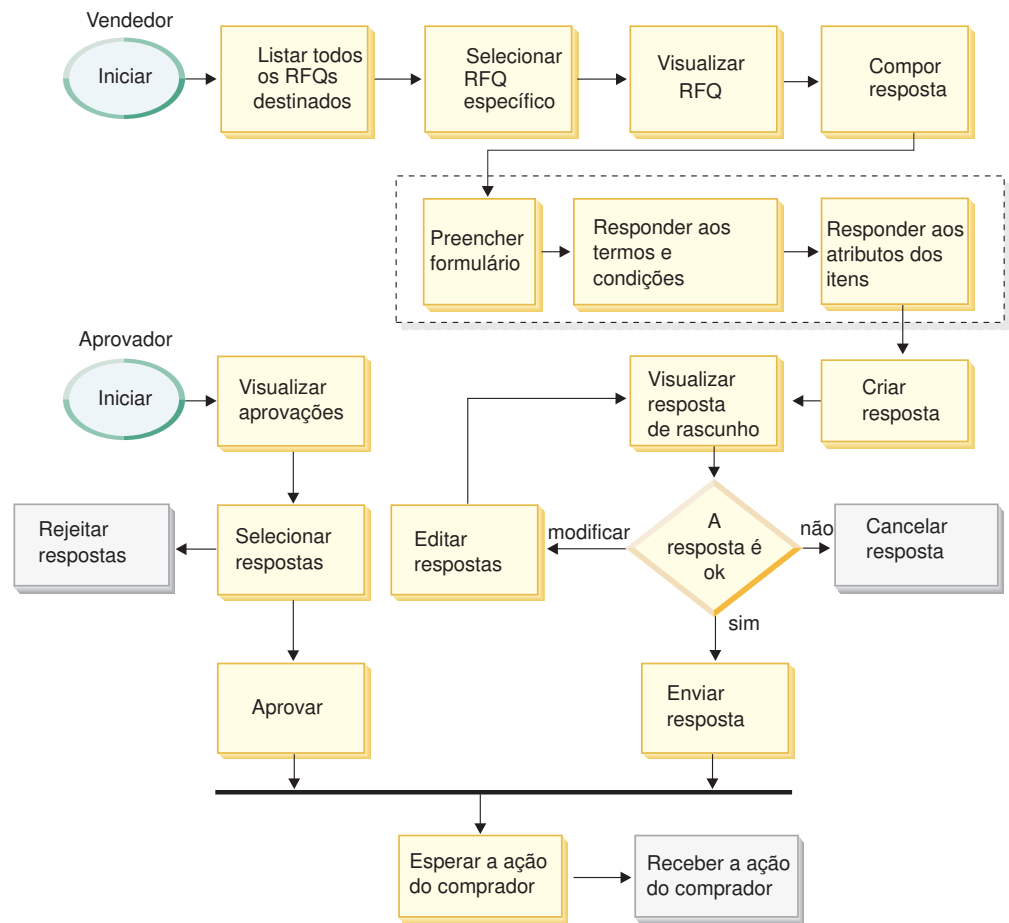
Um registro do RFQ é mantido na Lista de Pedidos RFQs por um período predeterminado, de forma que o RFQ possa ser copiado para uso repetido. As respostas são mantidas pelo mesmo período para facilitar respostas dos vendedores a pedidos semelhantes do mesmo comprador.

Os vendedores podem ativar um fluxo de aprovação para o processo de resposta do RFQ, se desejarem que as respostas sejam revistas antes de serem transmitidas para o comprador.

Os RFQs estão disponíveis nos modelos Negócios diretos e Loja hospedada pelo fornecedor.

O Processo de RFQ

O diagrama a seguir mostra o processo RFQ no WebSphere Commerce a partir da perspectiva do Vendedor.



Vários dos estágios do processo descritos acima têm "estados" associados. Os estados representam o status do processo de resposta em um determinado momento de seu ciclo de vida. Os estados ajudam o usuário a monitorar um processo específico de negócios e fornece testes de avaliação ao WebSphere Commerce que ele pode utilizar para gerenciar todos os processos de negócios no sistema.

O aprovador desempenha uma função neste processo apenas se as aprovações tiverem sido ativadas para a organização da venda. Se o administrador da organização tiver ativado as aprovações durante o processo de registro de associados, a resposta submetida será revisada primeiro por um aprovador. Se aprovada, ela será transmitida ao comprador.

Os vendedores podem visualizar o estado de uma resposta de RFQ na coluna Status da página Resposta de RFQ.

Procedimentos Etapa por Etapa

O que você pode fazer		Consulte o tópico...
Desenvolvedor de aplicativos	Entender a implementação do RFQ	<ul style="list-style-type: none"> • RFQ (Pedido de Cotação) • Comandos do Subsistema de Negócios • Modelo de Dados RFQ (Pedido de Cotação) na Ajuda On-line do WebSphere Commerce Studio.
	Ativar RFQs na loja	Consulte a seção sobre a loja ToolTech no <i>WebSphere Commerce - Guia de Loja de Exemplo</i> .
Gerente de Vendas	Adicionar, alterar ou excluir atributos no dicionário de atributos personalizados	<i>Atributos Personalizados</i> na Ajuda On-line do WebSphere Commerce
	Criar uma resposta de RFQ	<i>Criando uma Resposta de RFQ: Visão Geral</i> na Ajuda On-line do WebSphere Commerce.
Administrador do Site	Configurar e manter RFQs em uma loja	<ul style="list-style-type: none"> • Ativando e Desativando o Mecanismo de Negócios RFQ • Se você desejar ativar aprovações, Selecionando Tipos de Aprovação para uma Organização • Determinar se a aprovação à resposta do RFQ deve ser ativada • Ativando o Sistema de Mensagens de Notificação de RFQ Ajuda On-line do WebSphere Commerce

Capítulo 20. Colaboração

O recurso de espaços de trabalho colaborativos está disponível com o WebSphere Commerce Business Edition. O Lotus QuickPlace é a ferramenta self-service da Web para colaboração em equipe. O QuickPlace permite a criação instantânea de um espaço de trabalho central e seguro na Web. Estruturada para participação imediata, as equipes utilizam o Quickplace para fazer o seguinte:

- Coordenar pessoas, tarefas, planos e recursos.
- Colaborar no compartilhamento de idéias e discussões, na resolução de problemas, na autoria de documentos, na troca de arquivos e no gerenciamento de atividade devida.
- Comunicar ações e decisões, achados e lições importantes e identificação de publicação capturada em uma base ampla de leitura.

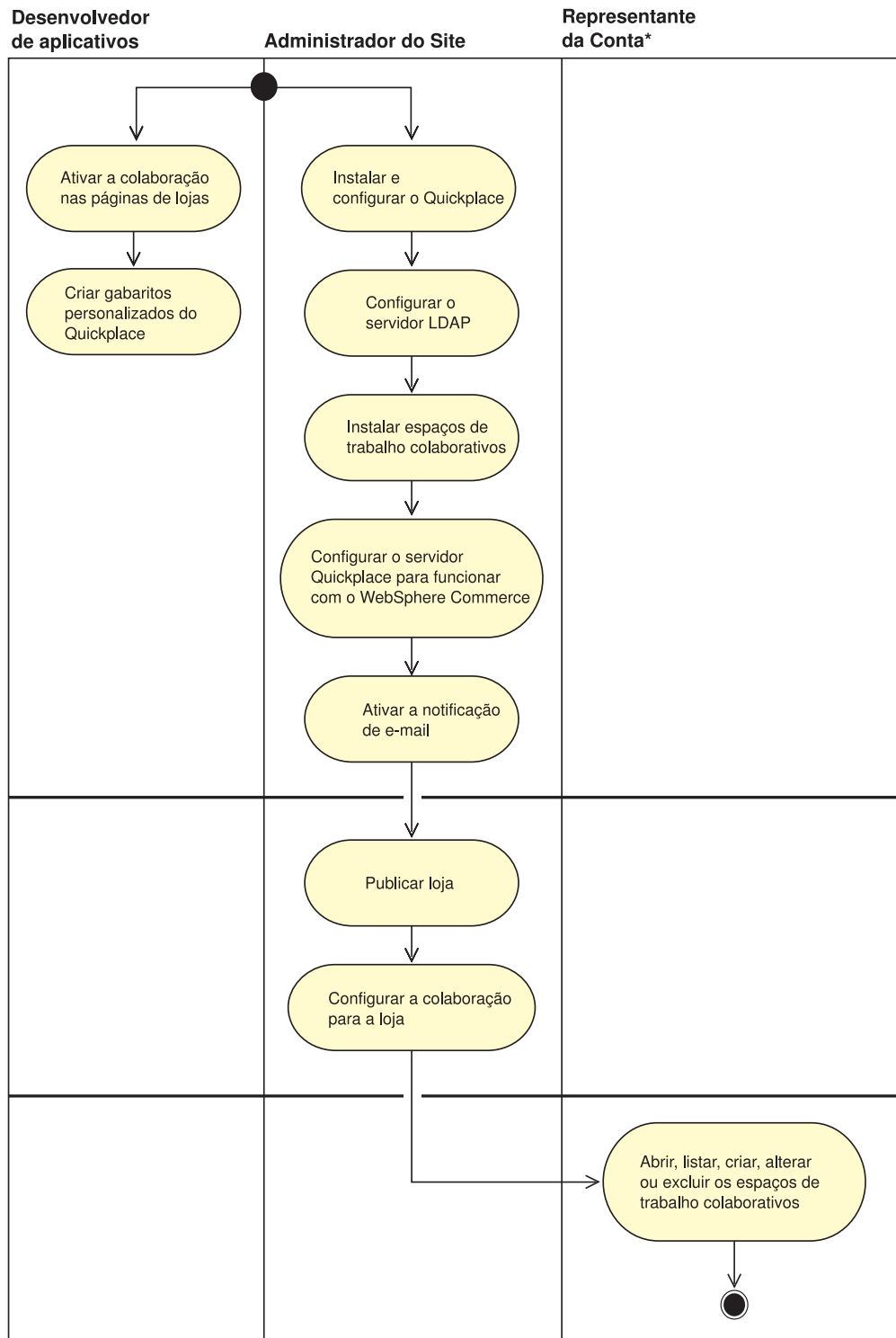
As equipes utilizam o QuickPlace para gerenciamento de projetos, resposta rápida a iniciativas não-esperadas, sites de equipes na Web e para facilitar processos de negócios distintos que transpõem o corporativo estendido e a cadeia de valores.

Neste release do WebSphere Commerce os seguintes aperfeiçoamentos foram feitos ao recurso de espaços de trabalho colaborativos:

- Suporte para QuickPlace 3.0.
- Elementos de dados de não-membros foram movidos do LDAP ao banco de dados. Isso manterá a estrutura de diretório do LDAP limpa e exclusiva para os dados de tipo do membro.
- Suporte para mais diretórios do LDAP.

Configurando e Utilizando Espaços de Trabalho Colaborativos

O diagrama a seguir mostra o processo requerido para configurar e utilizar os espaços de trabalho colaborativos com o WebSphere Commerce. Para obter uma lista de recursos que explica como executar cada tarefa mostrada no diagrama, consulte a seção “Procedimentos Etapa por Etapa” na página 131.



Procedimentos Etapa por Etapa

O que você pode fazer		Consulte o tópico...
Desenvolvedor de aplicativos	Ativar a colaboração nas páginas da loja	Os recursos de colaboração disponíveis em vários modelos de loja estão descritos no <i>WebSphere Commerce - Guia de Loja de Exemplo</i> .
	Criar gabaritos personalizados do Quickplace	Consultar o <i>Customizing QuickPlace Redbook</i> .
Administrador de Site	Instalar e configurar o Quickplace	<i>WebSphere Commerce - Guia de Software Adicional</i>
	Configurar o servidor LDAP	<i>WebSphere Commerce - Guia de Software Adicional</i>
	Instalar e configurar os espaços de trabalho colaborativos	<i>Instalando os espaços de trabalho colaborativos no WebSphere Commerce - Guia de Software Adicional</i> .
	Publicar loja	<i>Publicando um archive de loja no WebSphere Commerce na Ajuda On-line do WebSphere Commerce</i> .
	Ativar notificação de e-mail	<i>Ativando o e-mail para os espaços de trabalho colaborativos na Ajuda On-line do WebSphere Commerce</i> .
	Configurar o fluxo da loja de colaboração	<i>Alterando os fluxos de loja utilizando o WebSphere Commerce Accelerator na Ajuda On-line do WebSphere Commerce</i> .
Representante de Conta	Trabalhar com espaços de trabalho colaborativos	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboração • Criando um espaço de trabalho colaborativo Ajuda On-line do WebSphere Commerce.

Apêndice. Onde Encontrar Informações

O WebSphere Commerce possui informações on-line e cópia impressa que descrevem a solução completa de e-commerce. As informações do WebSphere Commerce Studio estão incluídas como parte do WebSphere Commerce. Além disso, os produtos de software fornecidos no pacote do WebSphere Commerce ou WebSphere Commerce Studio oferecem informações mais detalhadas, descrevendo os recursos e funções específicas do software. Esta seção fornece uma rápida visão geral de onde localizar os diversos tipos de informações.

Ajuda On-line do WebSphere Commerce

A ajuda on-line do WebSphere Commerce consiste em informações on-line que podem ser visualizadas através de um navegador da Web.

A ajuda on-line pode ser acessada a partir de um navegador da Web que seja executado no Internet Explorer, Versão 5.5 ou posterior, utilizando o seguinte endereço:

https://host_name:8000/wchelp/, em que *host_name* é o nome da máquina do WebSphere Commerce.

Ajuda On-line do WebSphere Commerce Studio

A ajuda on-line aplicável aos desenvolvedores, como API e informações de referência de comandos, está totalmente integrada ao WebSphere Commerce Studio. O sistema de ajuda on-line incluído no WebSphere Commerce Studio abrange vários aperfeiçoamentos, inclusive a capacidade para incluir os tópicos em seus favoritos e as capacidades de pesquisa avançada. Opcionalmente, você pode executar este sistema de ajuda on-line como um Infocenter, ou seja, você pode trabalhar com a ajuda do WebSphere Commerce Studio sem executar o WebSphere Commerce Studio.

O sistema de ajuda do WebSphere Commerce foi adaptado para Administradores do Site e usuários de negócios. A API e as informações de referência de comandos foram movidas para a ajuda on-line que é fornecida com o WebSphere Commerce Studio.

Informações Adicionais na Web

É possível encontrar outras fontes de informação na Web, conforme descrito nas seções a seguir.

Suporte

Para localizar informações de suporte, incluindo grupos de notícias, FAQs, notas técnicas, informações sobre resolução de problemas e downloads, consulte o seguinte endereço na Web:

ibm.com/software/webservers/commerce/support.html.

Parceiros de Software

Há vários parceiros de software que oferecem produtos e serviços para melhorar o WebSphere Commerce. Para obter informações sobre estes parceiros, visite o endereço www.ibm.com/software/webservers/commerce/community e clique no link **Software Developers**.

Redbooks

Para encontrar informações técnicas mais avançadas, visite o site da Web Redbooks, no endereço www.ibm.com/redbooks, e execute uma pesquisa com o termo WebSphere Commerce.

Documentação do Produto WebSphere Commerce

Também é possível fazer download de publicações atualizadas e da ajuda on-line a partir da página Biblioteca Técnica do Web site do WebSphere Commerce:

<http://www.ibm.com/software/commerce/library/>

Informações sobre Instalação e Configuração

Um Manual de Instalação é fornecido com o WebSphere Commerce. Este manual descreve como instalar e configurar o WebSphere Commerce.

Um Manual de Instalação também é fornecido com o Commerce Studio. Este manual descreve como instalar e configurar o Commerce Studio.

Informações sobre Programação

O *WebSphere Commerce Programming Guide and Tutorials* está disponível na página WebSphere Commerce Technical Library do site do WebSphere Commerce. Esse manual descreve conceitos e arquitetura, fornece um modelo do programador, explica o ciclo de vida do desenvolvimento e fornece exemplos sobre como personalizar seu ambiente de e-commerce.

Glossário

A

B2B **ação aprovável.** Um comando ou grupo de comandos chamados por um usuário, que não podem ser executados sem aprovação prévia de um aprovador de dentro da organização.

AC (autoridade de certificação). Uma organização que emite certificados. A CA autentica a identidade do proprietário do certificado e os serviços que o proprietário tem autoridade para utilizar, emite novos certificados, renova os certificados existentes e revoga os certificados pertencentes a usuários que não têm mais autorização para utilizá-los.

Administrador de Devoluções. Uma função definida no WebSphere Commerce que gerencia a disposição de produtos devolvidos.

B2B **administrador de organização.** No WebSphere Commerce, o representante de uma organização-membro que estabelece fluxos de aprovação organizacional e atribui funções aos usuários dentro da organização.

Administrador de Site. Uma função definida no WebSphere Commerce que instala, configura e mantém o WebSphere Commerce e o software e hardware associados. O Administrador de Site responde a avisos, alertas e erros do sistema e diagnostica e soluciona problemas do sistema. Essa função normalmente controla o acesso e a autorização, gerencia o site na Web, monitora o desempenho e gerencia tarefas de equilíbrio de carga.

alocação de inventário. Designar inventário para um pedido contra o inventário que realmente existe em um centro de distribuição. Alocação não é o mesmo que reserva, que é uma política mais rigorosa e geralmente não se aplica a pedidos. Compare com *alocação de inventário versus inventário esperado*.

alocação de inventário versus inventário esperado. Designar inventário para um pedido contra o inventário que é esperado ser recebido em um centro de distribuição. Estas informações geralmente são encontradas em um registro de inventário esperado. Compare com *alocação de inventário*.

Ambiente de Desenvolvimento Integrado (IDE). Um conjunto de ferramentas integradas para desenvolver software. No VisualAge for Java, é o conjunto de janelas que fornecem ao usuário acesso às ferramentas de desenvolvimento. As janelas principais são Workbench, Log, Console, Debugger e Repository Explorer.

ambiente de runtime. (1) Um ambiente de execução. (2) No WebSphere Commerce, um site na Web ativo conduzindo negócios.

aplicativo. Na programação Java, um programa Java contido em si mesmo e independente que inclui um método estático principal. Ele não requer um visualizador de applet. Compare com *applet*.

applet. Um programa aplicativo, escrito na linguagem de programação Java, que pode ser recuperado de um servidor Web e executado por um navegador da Web. Uma referência a um applet aparece na marcação de uma página da Web, da mesma maneira que aparece uma referência a um arquivo gráfico; um navegador obtém um applet da mesma maneira que obtém um arquivo gráfico. Por motivos de segurança, os direitos de acesso de um applet são limitados de dois modos: o applet não pode acessar o sistema de arquivos do cliente no qual está executando e a comunicação do applet através da rede está limitada ao servidor do qual foi descarregado. Compare com *servlet*.

B2B **aprovador.** O indivíduo autorizado a aprovar ou rejeitar uma ação aprovável.

archive da loja. Um arquivo compactado que contém todos os recursos (incluindo recursos de arquivos e informações do banco de dados) necessários para criar uma loja. Publicar o archive de loja em um WebSphere Commerce Server cria uma loja operacional. Consulte *SAR*.

archive de loja de exemplo. Um archive de loja destinado a ser copiado e utilizado como base para criar novas lojas. Archives de lojas de exemplo podem ser copiados e publicados várias vezes; eles não contêm chaves principais geradas que sejam específicas para determinada instância do banco de dados. Em vez disso, eles utilizam aliases internos que são resolvidos pelo IDResolver no momento da publicação. As lojas de exemplo fornecidas pelo WebSphere Commerce são archives de lojas de exemplo.

arquivo JSP. Um arquivo denominado com uma extensão .jsp que um desenvolvedor cria utilizando tags HTML padrão, tags JSP de núcleo, tags JSP personalizadas e instruções de linguagem de criação de scripts para exibir páginas dinâmicas em um navegador da Web. [Sun Microsystems, Inc.]

ASCII (American Standard Code for Information Interchange). Um código para representação de caracteres utilizando valores binários. O código padrão é utilizado para intercâmbio de informações entre sistemas de processamento de dados, sistemas de comunicação de dados e equipamento associado. O

conjunto de caracteres ASCII utiliza os números 0 a 127 para representar todos os caracteres em Inglês, além de caracteres de controle especiais. A maioria dos sistemas baseados em PC utilizam um código ASCII estendido de 8 bits, com 128 caracteres adicionais utilizados para representar símbolos especiais, caracteres de idiomas estrangeiros e símbolos gráficos. UNIX(R) e sistemas operacionais baseados em DOS (com exceção do Windows NT(R)) utilizam ASCII para arquivos de texto. O Windows NT utiliza o padrão Unicode standard, mais recente. Programas de conversão permitem que diferentes sistemas operacionais alterem um arquivo de um código para outro.

associação de vendas. Uma associação entre dois itens do catálogo para a finalidade de uma atividade de vendas. Por exemplo, uma câmera pode ter uma associação de vendas "requer" um conjunto de baterias, e uma camisa específica pode ter uma associação de vendas "vai com" com uma calça específica.

ativar. (1) Iniciar um programa de merchandising, como oferta de desconto. (2) Para transferir um bean corporativo do armazenamento secundário para a memória.

atributo. Uma propriedade de um item em uma loja on-line, como cor ou tamanho. Os itens podem ter vários atributos.

atributo do recurso. Especifica como as informações sobre os produtos devem ser exibidas para os clientes. Por exemplo, recursos com descrições numéricas podem ser exibidos para um cliente na ordem crescente ou na ordem decrescente.

B2B atributos personalizados. No mecanismo de comércio RFQ, uma lista de atributos criada por uma organização vendedora que um comprador deve utilizar ao enviar um RFQ para esta organização. Além dos atributos predefinidos fornecidos pelo vendedor, compradores podem especificar atributos exclusivos em campos de atributos designados.

B

banco de dados do WebSphere Commerce. O banco de dados que contém os dados operacionais para lojas on-line.

batch de coleta. Um grupo de liberações que são gerenciadas como uma unidade em um centro de distribuição.

B2B (business-to-business). O e-commerce B2B cria sites para a troca de produtos, serviços ou informações entre negócios. Transações B2B típicas ocorrem entre compradores, vendedores, fabricantes, revendedores, distribuidores e parceiros de comércio. Compare com *B2C*.

B2C (business-to-consumer). O e-commerce B2C cria sites para a troca de produtos, serviços ou informações entre negócios e clientes. Também conhecido como a parte de varejo do e-commerce. Compare com *B2B*.

bean. Uma definição ou instância de um componente JavaBeans. Consulte *Java bean*.

bean corporativo. Um objeto não visual que está em conformidade com a arquitetura do Enterprise JavaBeans. Beans corporativos são implementados em um Contêiner de EJB e executados em um servidor EJB. Existem dois tipos de beans corporativos: beans de sessão e beans de entidade.

bean de comando. Um Java bean que contém a lógica de programação para manipular um pedido específico. Os comandos do WebSphere Commerce seguem o modelo de programação de comandos do WebSphere. Existem quatro tipos de comandos: *comandos de controlador*, *comandos de tarefa*, *comandos de bean de dados* e *comandos de exibição*.

bean de dados. Um tipo de Java bean que é colocado em um arquivo JSP. O bean de dados representa os dados que podem ser acessados pelo desenvolvedor de aplicativos. Beans de dados podem ter comandos associados que são chamados quando o JSP instancia o bean de dados no momento da execução.

bean de entidade. Um bean corporativo que contém dados persistentes e que pode ser salvo em vários data stores persistentes. Cada bean de entidade tem sua própria identidade. Há dois tipos de beans de entidade: beans de entidade de persistência gerenciada pelo contêiner (CMP) e beans de entidade de persistência gerenciada pelo bean (BMP). Compare com *bean de sessão*.

bean de sessão. Um bean corporativo de vida relativamente curta. Existem dois tipos de beans de sessão: *beans de sessão com informações de estado* e *beans de sessão sem informações de estado*. Compare com *bean de entidade*.

bean de sessão com informações de estado. Um bean corporativo de sessão que age por um único cliente e mantém informações de sessão específicas do cliente (chamado de estado conversacional) por várias transações e chamadas de método. Compare com *bean de sessão sem informações de estado*.

bean de sessão sem informações de estado. Um bean corporativo de sessão que não mantém nenhum estado conversacional. Beans de sessão sem informações de estado são agrupados em conjuntos com outros em um contêiner. Compare com *bean de sessão com informações de estado*.

beaninfo. (1) Uma classe Java que fornece informações explícitas sobre as propriedades, eventos e métodos de

uma classe de beans. (2) No IDE do VisualAge for Java, uma página no navegador de classe que fornece informações sobre beans.

beans de acesso. Wrappers para beans corporativos que são tipicamente utilizados por programas de clientes. Beans de acesso ocultam a complexidade associada a interfaces locais e remotas. Estes beans são gerados através de ferramentas no VisualAge(R) for Java(TM). Os comandos do WebSphere(R) Commerce utilizam beans de acesso para facilitar operações de banco de dados.

beans do WebSphere Commerce. Um conjunto de beans Java, incluído no WebSphere Commerce e no Commerce Studio, que acessam informações a partir das tabelas dos bancos de dados. A criação de páginas de lojas com esses beans permite exibir informações que podem ser alteradas com frequência, como listas de categorias e de produtos ou preços de produtos.

BMP. Consulte *bean-managed persistence*.

BMP (bean-managed persistence). No ambiente de desenvolvimento do EJB, a persistência gerenciada por um bean de entidade. Compare com *CMP (container-managed persistence)*.

buffer. Uma parte do armazenamento utilizado para armazenar texto, tags de marcação e outros objetos temporariamente.

C

cache. Um armazenamento de buffer especial, menor e mais rápido que o armazenamento principal, usado para manter uma cópia das instruções e dos dados obtidos do armazenamento principal e provavelmente a ser necessário para o processador em seguida.

caminho na Web do aplicativo da Web. A parte de uma URL associada a uma aplicativo da Web.

campanha. Uma série planejada de operações incluindo anúncios e técnicas de vendas sugestivas, colocadas em prática para atingir um conjunto definido de objetivos de negócios. No WebSphere Commerce Accelerator, campanhas são utilizadas para coordenar e agregar grupos de iniciativas de campanhas.

captura. O processo pelo qual seu Autorizador recebe o pagamento da instituição financeira do cliente e encaminha o pagamento a você. Uma "captura" é a garantia que os fundos estarão disponíveis e que a transferência será feita.

carrinho de compras. Um pedido pendente. Consulte também *item de interesse*.

caso de utilização. No WebSphere Commerce, um caso de utilização mostra o fluxo de cada interação de usuário na loja de exemplo e atua como um modelo para criar sua própria loja.

catálogo. Consulte *catálogo on-line*.

catálogo de endereços. Uma coleção de endereços de envio e faturamento que pertencem a um cliente. Eles são úteis para um cliente que deseje adquirir presentes e enviá-los para diferentes endereços.

catálogo on-line. Termo geral para uma coleção de grupos de catálogos ou entradas de catálogos disponíveis para exibição e compra em uma loja on-line.

catálogo principal. O catálogo principal contendo todos os produtos, SKUs, descrições e preços padronizados para cada produto. Cada produto pertence a uma única categoria. Consulte também *catálogo on-line*.

categoria. Um grupo de objetos que tem propriedades semelhantes. No WebSphere Commerce, categorias são utilizadas para organizar produtos ou serviços oferecidos pela loja. Por exemplo, uma loja de roupas pode incluir categorias organizadas por estilo de vida (casual, formal, ao ar livre), sexo (masculino, feminino) ou idade (bebês, crianças, adultos). Uma categoria geralmente é implementada como um grupo de catálogo. Consulte também *categoria filho* e *categoria pai*.

categoria de envio. Define especificações de envio e geralmente é determinada por um intervalo de peso, tamanho ou quantidade. Por exemplo, você pode ter uma categoria de envio para produtos tamanho padrão e uma categoria para produtos tamanho extra. Estas categorias de envio terão taxas de envio diferentes. O WebSphere Commerce define duas categorias de envio padrão: custo por item e custo por pedido. Estas duas categorias não podem ser alteradas ou excluídas.

categoria de imposto. Indica as diferentes categorias de impostos que uma loja pode ser obrigada a recolher, como imposto municipal, estadual ou provincial e federal. Para cada categoria de imposto deve ser atribuído um dos tipos de impostos; imposto de venda ou de envio.

categoria filho. Uma categoria subordinada a outra categoria em uma hierarquia. Consulte também *categoria pai*.

categoria pai. Uma categoria que contém outras categorias em uma hierarquia. Consulte também *categoria filho*.

categoria principal. Em um catálogo on-line, uma categoria de itens que não tem pai.

CCF. Consulte *Common Connector Framework*.

central de chamada. No WebSphere Commerce, um grupo de funcionários atribuídos como usuários no grupo de acesso Representante de Atendimento ao Cliente. Nessa condição, eles podem executar algumas funções em nome de um cliente. Por exemplo, eles poderão atualizar as informações sobre os clientes, incluindo a senha; eles também poderão atualizar os pedidos ou efetuar um novo pedido. O parâmetro `forUser` é utilizado para ativar centrais de chamada.

centro de distribuição. Serve como armazém no qual os produtos são empacotados e enviados aos clientes. Centros de distribuição, lojas e transportadoras são tratados como entidades separadas.

certificado X.509. Autenticação de certificados de clientes para os usuários que estão entrando em um site seguro do WebSphere Commerce.

chave composta. Em um banco de dados relacional, uma chave constituída de dois ou mais atributos em um relacionamento.

chave externa. Em um banco de dados relacional, uma chave em uma tabela que faz referência à chave principal de outra tabela.

chave principal . Em um banco de dados relacional, uma chave que identifica exclusivamente uma linha de uma tabela de banco de dados.

Classes MQSeries(R) para Java Message Service. Um conjunto de classes Java que implementa interfaces Java Message Service (JMS) da Sun Microsystems, Inc. para permitir que programas JMS acessem sistemas MQSeries.

classificação. Um agrupamento especial de produtos que não compartilham nenhuma relação concreta. Classificações são geralmente usadas para agrupar produtos por questões de vendas. Exemplos incluem agrupamentos baseados em temas de datas especiais, como Páscoa ou Dia dos Namorados.

cliente. Um usuário de uma loja on-line.

cliente. Uma unidade funcional que recebe serviços compartilhados de um servidor. Por exemplo, um PC que pede documentos HTML de um servidor Web é um cliente do servidor.

cliente não-registrado. Um cliente que não está registrado em uma loja. Clientes não registrados são criados quando um cliente coloca algo em um carrinho de compras, mas ainda não se registrou.

cliente registrado. Um cliente que está registrado em uma loja. Para se registrar, um cliente fornece informações pessoais ao sistema WebSphere Commerce, como um endereço de e-mail.

clone. Uma cópia de um objeto configurada de forma idêntica, como um servidor de aplicativos. Clones

podem ser usados para fins de gerenciamento de carga de trabalho, por exemplo, para suportar dimensionamento horizontal e vertical.

CMP. Consulte *container-managed persistence*.

código de cálculo. Associado com itens do pedido, entradas de catálogo ou grupos de catálogo para especificar como descontos, taxas de envio, impostos sobre vendas ou sobre uso e impostos sobre envio devem ser calculados.

código geográfico. No WebSphere Commerce, um código específico de aplicativo que representa uma região geográfica.

Coletor. Uma função definida no WebSphere Commerce que coleta produtos de centros de distribuição e empacota os produtos para envio aos clientes. O Coletor também gerencia listas de coleta e guias de envio que são utilizados para confirmar o envio de produtos durante o atendimento a pedidos.

comando controlador. Um comando que interage com um controlador da Web diretamente. Ao ser concluído, um comando controlador retorna o nome de uma tarefa de exibição a ser executada. O controlador da Web determina a classe de implementação correta do comando de exibição e, em seguida, o invoca.

comando de beans de dados. Um comando associado a um bean de dados e chamado por um arquivo JSP. Este comando recupera os dados para o bean de dados a partir de um objeto persistente, como um bean de entidades.

comando de destino. Um comando que pode ser executado em um contêiner de destino diferente. A invocação de um comando de destino causa desgaste adicional; tornar o comando de tarefa não de destino pode melhorar o desempenho da estrutura geral do comando.

comando de exibição. Um comando que é utilizado para compor uma exibição como uma resposta a um pedido de cliente.

comando de tarefa. Um comando que implementa uma lógica de aplicativo específica. Em geral, um comando do controlador e um conjunto de comandos de tarefas juntos implementam a lógica do aplicativo para um pedido de URL. Um comando de tarefa não é de destino, o que significa que sempre é executado no mesmo contêiner que o comando do controlador.

comando URL. Um comando do controlador que tem uma interface de URL. Um comando URL pode ser chamado digitando-se uma URL em um navegador.

comerciante. Supervisiona o gerenciamento e os objetivos gerais da loja, além de rastrear as vendas da loja. O comerciante é equivalente ao *Vendedor*.

com informações de estado. Pertencente a um sistema ou processo que acompanha o estado da interação. Compare com *sem informações de estado*.

commerce server. Consulte *WebSphere Commerce Server*.

Common_Connector_Framework. Definições de interface e classe que fornecem um meio consistente de interagir com recursos corporativos (por exemplo, transações CICS(R) e Encina(R)) a partir de qualquer ambiente de execução Java.

compactar. Redução do tamanho de um conjunto de dados, como um arquivo, para salvar espaço ou tempo de transmissão.

Comprador. O Comprador é o contato principal com fornecedores; o comprador lida com negociações e pedidos de fornecedores, controla o inventário, toma decisões de pedidos de compra, controla os registros e recibos de inventário esperado e controla os motivos para devolução.

comprador. Consulte *cliente*.

condição de exceção. Uma condição anormal que pode surgir durante a execução de um programa.

configurador. Software que fornece um recurso de kit dinâmico baseado em regras (empacotamento) para determinar um grupo de itens que pode ser vendido em conjunto. O configurador também pode fornecer um preço para a configuração. Este agrupamento é baseado em regras predefinidas além da interação do usuário com o configurador.

consolidação. Para encerrar uma unidade de trabalho liberando os bloqueios para que as alterações feitas por essa unidade de trabalho fiquem disponíveis para outros processos.

container-managed persistence (CMP). No ambiente de desenvolvimento EJB, a persistência delegada ao contêiner de um bean corporativo, em vez de ser gerenciada pelo próprio bean. Compare com *bean-managed persistence (BMP)*.

contêiner de EJB. Um ambiente de runtime que gerencia um ou mais beans corporativos. O contêiner de EJB gerencia os ciclos de vida dos objetos de bean corporativos, coordena transações distribuídas e implementa segurança de objetos. Geralmente, cada contêiner de EJB é fornecido por um servidor EJB e contém um conjunto de beans corporativos que são executados no servidor.

contêiner de posição de comércio. Contém ofertas, também conhecidas como posições de comércio. As posições de comércio em um contêiner de posição de comércio são disponibilizadas para os clientes pela associação da posição de comércio a um ou mais contratos. Um contêiner de posição de comércio pode

ser restrito. Um cliente comprando em uma loja não pode utilizar ofertas em um contêiner de posição de comércio restrito, a menos que o cliente seja membro de um ou mais grupos de clientes associados a este contêiner de posição de comércio.

contexto de relatório. A base para um relatório exibido. O contexto muda dependendo de qual função você estiver utilizando no WebSphere Commerce Accelerator. Contextos de relatórios disponíveis incluem campanhas, iniciativas e um contexto combinado.

contrato. No WebSphere Commerce, um contrato representando os termos e condições que se aplicam a uma transação; um agrupamento lógico de contêineres de cargo de comércio disponíveis em uma loja. Por exemplo, descontos e encargos de envio para um item do pedido podem ser calculados de forma diferente, dependendo do contrato associado.

controlador Web. Um adaptador para os comandos do WebSphere Commerce. Pode haver diferentes tipos de controladores da Web, um para cada protocolo de chamada do cliente, como o pedido HTTP ou o pedido MQSeries.

Controlador Web HTTP. Consulte *Controlador Web*.

controle de consolidação. Um método para agrupar operações de arquivo que permitem o processamento de um grupo de alterações no banco de dados como uma unidade, ou a remoção de um grupo de alterações ao banco de dados como uma unidade.

cópia de anúncio. As informações, imagens e outros meios usados para suportar uma atividade de marketing. Também referenciado como *colateral de vendas*.

criptografia. A conversão de dados em um formato que não pode ser facilmente compreendido, para impedir acesso não autorizado, especialmente durante transmissão.

D

datamart. Um subconjunto de um armazém de dados que contém dados personalizados para as necessidades específicas de um departamento ou equipe. Um datamart pode ser um subconjunto de um armazém de toda sua organização.

desconto. Um incentivo de preço oferecido a clientes para promover uma compra.

descritor de implementação. Um objeto serializado que contém definições de tempo de execução para um bean corporativo e transfere informações para o contêiner de EJB sobre como gerenciar e controlar o bean corporativo.

desenvolvedor de aplicativos. Uma função definida no WebSphere Commerce que cria a loja inicial, grupos de membros, exibição dos produtos e outras páginas da loja, metáforas de compras e sistemas de pedido e pagamento, incluindo impostos e envio. O desenvolvedor de aplicativos também é responsável pela aparência e pelo comportamento da loja, e por qualquer personalização de código necessária.

devolução. Um ou mais produtos, seus preços e a quantidade especificada que o cliente selecionou para reembolso da loja na qual o produto foi originalmente comprado. O reembolso pode ser na forma de crédito, reembolso do dinheiro ou substituição do produto. Dependendo do negócio, uma devolução não requer sempre que o cliente devolva fisicamente o produto não desejado. Por exemplo, a devolução de uma assinatura de revista não requer uma devolução física.

dinâmico. Referente a uma operação que ocorre quando for necessária, em vez de em um momento pré-determinado ou fixo. Compare com *estático*.



disposição. A disposição ou transferência de inventário que já foi devolvido para o centro de distribuição do Vendedor por um cliente.

disposição de compartilhamento de inventário. Uma disposição pela qual uma loja torna seus recibos de inventário disponíveis para outra loja para alocação de inventário.

DMZ. Consulte *zona delimitada*.

document type definition (DTD). As regras que especificam a estrutura de uma determinada classe de documentos SGML ou XML. A DTD define a estrutura com elementos, atributos e notações e estabelece limitações sobre como cada elemento, atributo e notação poderá ser utilizado dentro da classe de documentos particular. Uma DTD é análoga para um esquema de banco de dados no qual a DTD descreve completamente a estrutura de uma linguagem de markup específica.

downstream. Na direção do fluxo de dados ou em direção ao destino da transmissão; geralmente de um servidor de informações para um usuário final.

  **driver ODBC (Open Database Connectivity).** Cada banco de dados que suporta ODBC tem seus próprios drivers ODBC. Um driver fornece um conjunto de interfaces de programação de aplicativo padrão para executar várias funções de banco de dados como conectar ao banco de dados, executar funções SQL dinâmicas e consolidar ou reverter transações de banco de dados.

DTD. Consulte *document type definition*.

E

EDI. Consulte *intercâmbio de dados eletrônicos*.

EJB. Consulte *Enterprise JavaBeans*.

e-mail direcionado. Um meio de divulgar uma campanha através de e-mail para destinatários específicos com base no perfil do cliente.

endereço IP. O endereço de 32 bits exclusivo que especifica a localização de cada dispositivo ou estação de trabalho na Internet. Por exemplo, 9.41.41.103 é um endereço IP.

Enterprise JavaBeans. Uma arquitetura de componentes distribuídos definida pela Sun Microsystems, Inc.

entidade. Em design orientado a objeto, um item que pode ser tratado como uma unidade e, freqüentemente, como um membro de um categoria ou tipo específico. Uma entidade pode ser uma coisa concreta ou uma idéia abstrata.

entidade de loja. Uma superclasse abstrata que pode representar uma loja ou um grupo de lojas.

entrada de catálogo atômica. Uma coleção não-divisível de entradas de catálogo disponíveis para compra. Geralmente referida como *pacote*.

entrada de catálogo composta. Uma coleção de entradas de catálogo que é divididas em seus componentes separados quando solicitado. Geralmente referida como um *pacote*.

entrada do catálogo. Um objeto de um catálogo on-line. Uma entrada tem um nome, uma descrição, um preço de tabela e outros detalhes. A entrada pode ser tão simples como um SKU; pode ser também um produto que é automaticamente dividido em seus itens componentes, como um pacote configurável ou um pacote.

equilíbrio de carga. Um método para dividir a quantidade de trabalho que um computador tem de fazer entre dois ou mais computadores, para que todos os usuários on-line sejam atendidos mais rapidamente. Se um servidor começar a ficar sobrecarregado, os pedidos são encaminhados para outro servidor com maior capacidade. Geralmente, o equilíbrio de carga é a principal razão para fazer cluster de servidores de computadores. Como o equilíbrio de carga requer vários servidores, ele geralmente está ligado a failover e serviço de backup.

escalabilidade horizontal. A habilidade de distribuir processos Java Virtual Machine entre várias máquinas físicas.

escalabilidade vertical. A criação de vários processos de Java Virtual Machine em uma única máquina.

escala de cálculo. Um conjunto de faixas que podem ser utilizados por uma regra de cálculo ou regra de cálculo. Por exemplo, para taxas de envio, poderá ser necessário definir um conjunto de faixas de peso que correspondam a custo específico. Isto é, um produto que pesa entre 0 a 5 kg pode custar R\$ 10,00 para ser enviado, enquanto um produto que pesa de 5 a 10 kg pode custar R\$15,00 para ser enviado.

escalável. Refere-se a capacidade de um sistema de adaptar-se prontamente a uma maior ou menor intensidade de utilização, volume ou demanda. Por exemplo, um sistema escalável pode adaptar-se de forma eficiente a trabalhar com redes maiores ou menores, executando tarefas de complexidade variável.

espaço de pesquisa base. Uma implementação do Consultor de Produtos. Este estilo de implementação utiliza as tabelas do banco de dados de base do WebSphere Commerce para facilitar a pesquisa de uma categoria específica de produtos. Consulte também *área de pesquisa separada*.

espaço de pesquisa separado. Uma implementação do Consultor de Produtos. Para esse estilo de implementação, você deve criar tabelas de bancos de dados adicionais contendo metadados para facilitar a pesquisa de uma categoria específica de produtos. Consulte também *área de pesquisa básica*.

esquema. O conjunto de instruções, expressado em uma linguagem de definição de dados, que descreve completamente a estrutura de um banco de dados. Em um banco de dados relacional, o esquema define as tabelas, os campos em cada tabela e os relacionamentos entre campos e tabelas.

estado . (1) Estágios do ciclo de vida de um objeto que identificam o status atual desse objeto. Vários estados são organizados para criar um fluxo de negócios. Consulte também *máquina de estado*. (2) No VisualAge for Java, uma característica de objeto que é manifestada em seus membros de dados públicos e privados e pode ser dividida em duas categorias: estado essencial e estado não-essencial.

estático. Referente a uma operação que ocorre em uma hora pré-determinada ou fixa. Compare com *dinâmico*.

estrutura. Um conjunto de classes de objetos que fornece uma coleção de funções relacionadas para um usuário ou parte de software.

evento de marketing. No WebSphere Commerce, qualquer evento no sistema que seja considerado significativo para as questões de marketing. A maioria dos eventos de marketing são impulsionados diretamente pelo comportamento do cliente. Exemplos incluem navegação pelo catálogo, navegação e atividade do carrinho de compras.

excluir cascata. Um processo do DB2(R) que provoca uma ação em linhas em um banco de dados quando outra linha é excluída.

excluir regra. Uma regra associada a uma limitação referencial que restringe a exclusão de uma linha principal ou específica o efeito desta exclusão nas linhas dependentes.

exibição. Uma representação alternativa dos dados de uma ou mais tabelas. Uma exibição pode incluir todas ou algumas das colunas da tabela ou tabelas nas quais está definida.

exibição dupla. A exibição simultânea de um valor monetário na moeda da compra e um ou mais valores de balcão em uma moeda diferente.

Extensible Markup Language. Consulte *XML*.

F

fábrica. Um bean que cria instâncias de beans dinamicamente. A fábrica de comandos (utilizada para criar objetos de comandos) é um exemplo da utilização do padrão de design de fábrica no WebSphere Commerce.

failover. Em multiprocessamento de cluster de alta disponibilidade (HACMP), uma aquisição de recursos de um nó ativo que pertenciam anteriormente a outro nó de cluster para manter a disponibilidade desses recursos.

fila de saída. Um mecanismo generalizado para separar um conjunto de produtos que requerem tratamento especial no processo de atendimento. Uma fila de saída pode direcionar informações sobre produtos solicitados para uma impressora ou um arquivo. Por exemplo, um monograma precisaria de atenção especial; enviar os produtos nos quais será feito monograma para a mesma fila de saída permitiria isso.

filtragem colaborativa. Uma tecnologia que calcula a similaridade entre os usuários com base nas opiniões e classificações de outras pessoas. A filtragem colaborativa utiliza os comportamentos para esses outros clientes que mais se parecem com o cliente atual, como base para realização de previsões e recomendações para o cliente atual.

B2B **fluxo de aprovação.** A série de etapas iniciadas quando um usuário tenta executar uma tarefa envolvendo uma ação aprovável. O processo verifica em primeiro lugar se o usuário está autorizado a chamar o comando. Se o usuário estiver autorizado, o pedido para execução do comando será enviado para o aprovador apropriados para aceitação ou rejeição. É possível definir vários níveis de aprovação.

formato de arquivo JAR. JAR (Java Archive) é um formato de arquivo independente de plataforma que

agrega muitos arquivos em um. Vários applets Java e seus componentes (arquivos .class, imagens, sons e outros arquivos de recursos) podem ser empacotados em um arquivo JAR e subseqüentemente pode-se fazer download dos mesmos em um navegador em uma única transação HTTP.

formato de arquivo SAR. No WebSphere Commerce, SAR (store archive - archive de loja) é um formato de arquivo independente de plataforma que agrega muitos arquivos em um. Consulte *archive da loja*.

formato de exibição. Um conjunto de preferências de exibição que um cliente, em uma loja multicultural, pode selecionar, dependendo de seu idioma e locale. Por exemplo, um site de comércio multicultural pode ter formatos diferentes para inglês dos Estados Unidos e japonês. Esses formatos de exibição podem ser diferentes no idioma do texto, como nos recursos como moeda, unidades de medida e formatos de dados.

fórmula LUHN. Um padrão da indústria utilizado por muitas empresas de cartão de crédito como prevenção fundamental contra fraude em cartões de crédito.

função. Define quais níveis de acesso determinado usuário tem e os recursos específicos que eles podem modificar nestes níveis. O usuário pode ter o acesso a informações limitado se não tiver a função adequada. Várias funções são permitidas.

G

gateway. Uma unidade funcional que conecta uma rede de dados local a outra rede.

gatilho. Um gatilho é um objeto que inicia uma ação quando uma operação UPDATE, DELETE ou INSERT é executada em uma tabela. A ação é chamada de uma ação engatilhada e a operação é chamada de evento de um gatilho. Ações engatilhadas podem executar tarefas como:

- Sincronizar outras tabelas com alterações feitas por eventos de gatilho
- Validar dados de entrada
- Gerar valores para linhas recém-inseridas

gerenciador de beans de dados. Um módulo que chama um comando de beans de dados para buscar dados de beans de entidade correspondentes.

B2B **Gerenciador de Logística.** Uma função definida no WebSphere Commerce que gerencia o atendimento. O Gerenciador de Logística tem acesso a todas as tarefas operacionais, incluindo as obrigações do Coletor, Recebedor e Administrador de Devoluções.

Gerente de Categoria. Uma função definida no WebSphere Commerce que gerencia a hierarquia de categorias ao criar, modificar e excluir categorias. A hierarquia de categorias organiza produtos ou serviços

oferecidos pela loja. O Gerente de Categorias também gerencia produtos, registros de inventário esperado, informações sobre fornecedores, inventário e motivos de devolução.

Gerente de marketing. Uma função definida no WebSphere Commerce que monitora, analisa e compreende o comportamento do cliente. O Gerenciador de Marketing também cria e modifica perfis de clientes para vendas direcionadas e cria e gerencia campanhas.

B2C **Gerente de Operações.** Uma função definida no WebSphere Commerce que gerencia o processamento de pedidos, assegurando que os pedidos sejam atendidos adequadamente, o pagamento seja recebido e os pedidos sejam enviados. O Gerente de Operações pode procurar por pedidos de clientes, exibir detalhes, gerenciar informações de pedidos e criar e editar devoluções. **B2B** Consulte *Gerente de Vendas*.

Gerente de Produto. Uma função definida no WebSphere Commerce que é responsável por determinar a melhor maneira de exibir, definir preços e vender produtos na loja on-line. O Gerente de Produtos rastreia as compras dos clientes e sugere descontos. O Gerente de Produtos também determina as técnicas de vendas sugestivas e cria e gerencia leilões e controles de lances.

B2B **Gerente de Vendas.** Uma função definida no WebSphere Commerce que gerencia o processamento de pedidos, assegurando que os pedidos sejam atendidos adequadamente, o pagamento seja recebido e os pedidos sejam enviados. O Gerente de Vendas pode procurar por pedidos de clientes, exibir detalhes, gerenciar informações de pedidos e criar e editar devoluções. **B2C** See *Gerente de Operações*.

B2B **grupo aprovador.** Os usuários designados dentro de uma organização específica, para quais um pedido de aprovação é direcionado quando uma ação aprovável é chamada. Os pedidos são direcionados à toda a unidade, em vez de ser direcionada a um único indivíduo.

B2B **grupo de ação.** Um grupo de operações definido explicitamente, correspondendo a comandos Java que agem em recursos.

grupo de acesso. Um tipo de grupo de membros utilizado para definir o controle de acesso. Os comandos e as exibições estão associadas com um ou mais grupos de acesso, permitindo que os membros atribuídos àquela função tenham acesso àquelas exibições e comandos. O WebSphere Commerce predefine um conjunto de grupos de acesso. O Administrador do Site utiliza o WebSphere Commerce

Administration Console para atribuir acesso a esses grupos e para incluir novos grupos, se necessário.

grupo de catálogos. Uma coleção de uma ou mais entradas de catálogo ou grupos de catálogo que criam uma hierarquia de navegação para um catálogo on-line.

grupo de clientes. Um tipo de grupo de membros constituído de uma coleção de cliente que foram agrupados por um Administrador de Sites porque compartilham padrões ou características de compra parecidas. Geralmente, grupos de clientes são baseados em informações fornecidas por clientes durante o registro. Grupos de clientes podem ter direito a descontos ou outros incentivos, ou podem ver diferentes páginas de produtos e categorias que outros clientes. Um cliente pode pertencer a um ou mais grupos de clientes por loja.

grupo de membros. Grupos de membros implementam o controle baseado em função no WebSphere Commerce. O tipo de grupo de membros indica a utilização pretendida. Um grupo de clientes serve para utilização geral, enquanto um grupo de acesso serve para questões de controle de acesso.

B2B grupo de recursos. Um grupo de recursos que pode incluir objetos de negócios como contratos ou um conjunto de comandos relacionados. Em políticas de controle de acesso, grupos de recursos especificam os recursos para os quais a política autoriza o acesso.

grupo de usuários. Consulte *grupo de clientes*.

guia de envio. Um documento impresso contendo uma lista de todos os produtos de determinada liberação. Geralmente, este documento também contém o endereço de envio, informações da transportadora e, às vezes, informações sobre preços. O guia de envio é utilizado pelos empacotadores para embalar os produtos em uma liberação para envio. Ele pode ser incluído no próprio pacote para que o cliente possa verificar se os produtos corretos foram enviados.

H

host. Um computador que fornece um ponto de acesso para uma rede. Um host pode ser um cliente, um servidor ou ambos simultaneamente.

HTML. Consulte *Hypertext Markup Language*.

HTTP. Consulte *Hypertext Transfer Protocol*.

Hypertext Markup Language (HTML). Uma linguagem de marcações que está em conformidade com o padrão SGML e que foi projetada principalmente para suportar a exibição on-line de informações textuais e gráficas que incluam ligações de hipertexto. HTML é utilizada para criar páginas de lojas eletrônicas para a Web.

Hypertext Transfer Protocol (HTTP). Na suite de protocolos da Internet, o protocolo que é usado para transferir e exibir documentos de hipertexto na Web.

I

ID da sessão. Um identificador exclusivo que é atribuído quando um cliente acessa o WebSphere Commerce. Para um cliente não registrado, o ID da sessão é atribuído pelo sistema. Para um cliente registrado, o ID da sessão é o ID de login do usuário.

400 ID de comando de chamada. Um identificador numérico para um comando que chama um função API.

IDE. Consulte *Ambiente de Desenvolvimento Integrado*.

idioma de compra. O idioma que é usado quando as páginas são exibidas para um cliente específico. Se o idioma preferido do cliente for suportado pela loja ou site, então, o idioma preferido é utilizado como o idioma de compra. Caso contrário, o idioma de compra é o idioma padrão da loja ou site. Consulte também *idioma preferido*.

idioma preferido. O idioma indicado por um cliente como o no qual ele ou ela gostaria de conduzir as transações. O idioma preferido pode ser indicado no perfil do cliente ou pela utilização do parâmetro langId, que está disponível nos comandos do controlador baseado em URL. Consulte também *idioma de compra*.

implementação. (1) O ato de empacotar beans corporativos em um arquivo JAR para a distribuição para um contêiner em um servidor de beans corporativos. (2) O processo de tornar o código de aplicativo do WebSphere Commerce disponível para utilização. Esse processo inclui empacotar comandos personalizados, beans de dados e beans corporativos em arquivos JAR. Os arquivos JAR devem ser instalados e configurados em um contêiner.

impressão. Em propaganda na Web, a aparência de um anúncio em uma página acessada. Por exemplo, se uma página da Web exibir três anúncios, cada anúncio teria uma impressão. Editores on-line geralmente vendem espaço de anúncio de acordo com as impressões. Compare com *taxa de cliques*.

instância. Consulte *instância do WebSphere Commerce e instância do servidor Web*.

instância do servidor Web. Uma configuração exclusiva do servidor Web para suportar uma ou várias instâncias do WebSphere Commerce.

instância do WebSphere Commerce . Uma configuração exclusiva do WebSphere Commerce para suportar um site na Web de e-commerce, que pode conter uma ou várias lojas.

integridade referencial. (1) O estado de um banco de dados no qual todos os valores de todas as chaves estrangeiras são válidos. (2) A condição que existe quando todas as referências pretendidas de dados em uma coluna de uma tabela para dados em outra coluna na mesma tabela ou em uma tabela diferente são válidas. A manutenção da integridade referencial requer que o DB2 UDB para z/OS reforce os limites referenciais em todas as operações LOAD, RECOVER, INSERT, UPDATE e DELETE.

inteligência de negócios. A consolidação e análise de dados coletados no operação do dia a dia de um comércio, que então é utilizado como base para tomada de melhores decisões de negócios e vantagens competitivas.

intercâmbio de dados eletrônicos (EDI). A troca de dados eletrônicos estruturados entre sistemas de computadores de acordo com padrões de mensagens predefinidas.

Inventário ATP. Consulte *inventário available to promise*.

Inventário ATP (Available to Promise). Inventário em mãos, menos o inventário alocado a pedidos em espera e inventário reservado.

inventário esperado. Inventário que foi solicitado de um fornecedor e que é esperado que seja recebido pelo Vendedor. Estas informações estão contidas em um registro de inventário esperado.

inventário para pronta entrega. Inventário que está fisicamente disponível para atender pedidos.

inventário reservado. Inventário que foi designado para determinado objetivo e não está disponível para ser alocado para pedidos.

ISO 4217. Um padrão de formato de três letras adotado pela Organização Internacional de Padronização, utilizado para indicar a moeda na qual um valor monetário é expresso. Por exemplo, o dólar dos Estados Unidos é expresso como USD.

item. Uma entidade que tem um número de documento ou SKU. Todos os itens relacionados a um determinado produto têm o mesmo conjunto de atributos e são distinguidos por seus valores de atributos. Um item não precisa estar associado a um produto. Se um item não tiver nenhum atributo distinto, ele não tem um produto associado.

item de interesse. Um item que um comprador indicou para compra recorrente ou potencial. Um item de interesse é armazenado com as informações de quantidade, mas não com as informações de preço. Uma lista de itens de interesse consiste em um ou mais itens de interesse.

item de SKU. (1) Um objeto comprável com um SKU. Pode consistir em um único item ou pode consistir em um produto, um pacote ou um pacote configurável. (2) Para usuários do WebSphere Commerce Accelerator, o item a ser pedido é denominado um produto. Embora produtos e itens de SKU sejam diferenciados por razões de baixo nível (como no esquema de banco de dados do WebSphere Commerce), o WebSphere Commerce Accelerator não faz esta distinção.

item do pacote. Um item que é vendido como parte de um pacote.

J

Java(TM). Uma linguagem de programação orientada a objetos para código interpretativo portátil que suporta interação entre objetos remotos. Java foi desenvolvida e especificada pela Sun Microsystems, Inc.

Java bean. Um componente de software reutilizável que segue a especificação JavaBeans da Sun Microsystems, Inc. Os beans possuem maneiras padronizadas de implementar suas propriedades, métodos e eventos, para que possam ser examinados e manipulados através de programação. WebSphere Commerce e Commerce Studio incluem beans específicos do WebSphere Commerce que podem ser utilizados para incluir informações dinâmicas para armazenar páginas criadas com a tecnologia JavaServer Pages .

JavaBeans. Conforme definido pela Sun Microsystems, um modelo de componente portátil, independente de plataforma, reutilizável.

Java Database Connectivity (JDBC). Uma especificação para permitir a programas Java acessar bancos de dados utilizando consultas SQL.

Java Message Service (JMS). Uma API da Sun Microsystems, Inc. que suporta a comunicação formal conhecida como sistema de mensagens entre computadores em uma rede. Utilizando a interface JMS, um programador pode chamar sistemas de mensagens corporativos como o MQSeries(R).

JavaScript. Uma linguagem de criação de scripts da Web parecida com o Java.

JavaServer Pages (JSP). Uma tecnologia de criação de scripts do lado do servidor que permite incorporar código Java em páginas estáticas da Web (arquivos HTML) e executar o código Java quando a página é apresentada. Como resultado, você pode usar a tecnologia JSP para criar páginas de dados de produtos, que geralmente contêm conteúdo dinâmico, como produtos, preços de produtos e atributos.

JDBC. Consulte *Java Database Connectivity*.

job. Um comando do WebSphere Commerce programado para ser executado em uma hora ou intervalo especificados.

job de divulgação. Um job que é executado em todos os clones ao mesmo tempo. Como qualquer outro job, ele será tratado pelo planejador.

JSP. Consulte *JavaServer Pages*.

jurisdição. Uma região geográfica com finalidade de imposto ou envio representando um país ou região, província ou território, faixa de código postal ou um código geográfico específico para aplicativos.

kit dinâmico. Um grupo de produtos que são adquiridos como uma unidade. As informações sobre os produtos contidos em um kit dinâmico são controladas por um configurador externo e fornecidas no momento da entrada do pedido. Os componentes individuais de um kit dinâmico não podem ser modificados no pedido, mas podem ser reconfigurados pelo configurador. Toda a configuração deve ser preenchida em conjunto. Consulte também *pacote configurável* e *entrada de catálogo composta*.

kit estático. Consulte *pacote*.

L

LDAP. Consulte *Lightweight Directory Access Protocol*.

LDAP (Lightweight Directory Access Protocol). Um protocolo aberto que usa TCP/IP para fornecer acesso aos diretórios de informações.

leilão. Um método de vendas que envolve negociar e estabelecer dinamicamente o preço e outros termos da venda de produtos e serviços, geralmente para o autor do lance que der o maior lance.

liberação. Um conjunto de produtos em determinado pedido que possui o mesmo endereço de envio, centro de distribuição e transportadora. Os produtos de uma liberação podem ser enviados em vários pacotes. Por exemplo, uma liberação pode conter quatro monitores de computador. Não seria prático enviá-los todos em uma caixa grande, mas eles ainda são considerados uma única liberação. Os produtos que seriam parte de uma única liberação podem ser liberados separadamente se assim for indicado pela política do Vendedor.

LikeMinds Personalization Server. O software responsável pelas recomendações de filtragem da implementação colaborativa.

limiar de consolidação. Um ponto em que não existem alterações a um arquivo de banco de dados pendente em um job.

lista de coleta. Um documento impresso que contém uma lista de todos os produtos necessários para atender as liberações em determinado batch de coleta. Este documento é utilizado pelos coletores para reunir os produtos que devem ser empacotados e enviados para todas as liberações incluídas no batch de coleta.

lógica de negócios de back-office. A implementação de lógica de negócios, utilizando comandos e códigos personalizados, permitindo que um cliente conclua uma ação na fachada da loja. Por exemplo, a implementação de uma lógica de negócios que permite que um cliente conclua um pedido. Compare com *recurso da fachada da loja*.

loja. Consulte *loja on-line*.

loja de exemplo. Uma loja on-line completamente funcional, fornecida em formato de archive de loja, com o WebSphere Commerce. Lojas de exemplo são designadas para serem utilizadas como a base na qual você cria sua loja on-line.

loja de referência. Uma loja on-line que contém código completamente funcional para recursos selecionados de uma loja on-line, por exemplo, leilões. Lojas de referência são projetadas para serem utilizadas pelos desenvolvedores de aplicativos como amostras de código dos recursos realçados.

loja on-line. (1) Uma loja que usa tecnologias da Internet para vender ou trocar produtos ou serviços. (2) Um conjunto de arquivos HTML e JavaServer Pages, além de recursos de impostos, envio, pagamento, catálogo e outros recursos de banco de dados. No WebSphere Commerce, estes arquivos e recursos de banco de dados se encontram em um archive de loja. O WebSphere Commerce fornece lojas de exemplo e lojas de referência para serem utilizadas pelos clientes.

lote. Uma coleção de transações de pagamento, como capturas, créditos, inversões de captura, e inversões de crédito, processadas como grupo. Um lote é enviada como uma única unidade para o sistema financeiro do autorizador. Diretrizes de negócios relativas ao uso de processamento em lote são desenvolvidas por instituições de autorização de crédito. Os comerciantes também estabelecem políticas que se alinham com essas diretrizes.

M

manifesto. Uma confirmação de envio que pode conter informações de identificação de rastreamento.

máquina de estado. No WebSphere Commerce, a máquina de estado reforça a validade de ações do usuário, rastreia a execução de ações em uma instância do processo de negócios e fornece à interface do usuário de runtime uma lista de ações para uma instância do processo de negócios. Fazendo isso, a

máquina de estado permite a configuração e execução de etapas sucessivas no processo de workflow.

B2B mecanismo de comércio. No WebSphere Commerce, um método pelo qual compradores e vendedores fazem transações de negócios. Dependendo da edição do WebSphere Commerce, estes métodos podem incluir: preço fixo, contrato, RFQ e leilão.

mecanismo de personalização. O componente do LikeMinds Personalization Server que identifica qual algoritmo é utilizado para gerar recomendações ao cliente. O LikeMinds Personalization Server suporta cinco mecanismos diferentes: Seqüência de cliques, Compra, Autorização de Item, Preferência e Correspondência de Produtos. O WebSphere Commerce interage com o Mecanismo de Seqüência de Cliques.

Mecanismo de Seqüência de Cliques. O componente LikeMinds Personalization Server que acessa informações de transações e gera recomendações com base no comportamento de compras do usuário a medida que eles navegam um site na Web. O WebSphere Commerce gera eventos baseados no comportamento de compras, incluindo a visualização da página de detalhes do produto e a inclusão de itens em um carrinho de compras ou lista de itens desejados. Esses eventos são encaminhados ao Clickstream Engine.

mecanismo de servlet. A função do servidor de aplicativos Web que gerencia servlets. Ele gerencia a criação e exclusão de servlets, encaminha o servlet apropriado para cada URL que recebe e especifica quais servlets devem inicialmente ser carregados automaticamente na memória e quais devem ser carregados após um pedido inicial.

membro. Uma pessoa, grupo ou organização conhecida do sistema. Um membro pode ser um usuário, uma organização, uma unidade de uma organização ou um grupo de membros. Um membro pode agir como um cliente ou como um administrador ou pode ter entidades. **B2B** Um membro deve tornar-se membro do marketplace antes de se tornar um usuário.

mensagem de recepção. Uma mensagem que o WebSphere Commerce recebe de um aplicativo externo ou de backend. O Adaptador de Transportes suporta cinco mensagens de recepção em formato XML: Atualização de Status de Pedidos, Atualização de Inventário de Produtos, Atualização de Preços de Produtos, Atualização de Clientes e Novos Clientes. Mensagens de recepção são utilizadas para integrar o WebSphere Commerce com outros sistemas.

mensagem de transmissão. Uma mensagem gerada pelo WebSphere Commerce que é enviada a um sistema de backend. O Adaptador de Transporte do WebSphere Commerce suporta uma mensagem de transmissão, denominada Order Create. Esta mensagem contém

informações do pedido copiadas do WebSphere Commerce Server para sistemas de backend, nos quais ocorrem mais processos de atendimento. As mensagens de transmissão são utilizadas para integrar o WebSphere Commerce a outros sistemas.

B2B mercado. Um site na Web de comércio eletrônico business-to-business no qual as organizações que têm acesso ao site têm uma exibição única dos produtos e serviços sendo comercializados nesse site. As organizações também recebem uma variedade de mecanismos de comércio para facilitar as transações entre elas.

Merchant Initiated SET. Uma extensão SET Secure Electronic Transaction LLC para mensagens SET Secure Electronic Transaction(TM). A extensão do Merchant Initiated SET permite que um comerciante use mensagens SET(TM) para autorização e captura de pedidos que foram feitos pelo proprietário do cartão através de um método de transmissão diferente de SET.

método de entrada. Um componente que converte pressionamentos de teclas em entradas de texto que não puderam ser digitadas diretamente de outra maneira, como caracteres que não são os originais do seu sistema operacional. Por exemplo, o componente do método de entrada pode ser utilizado para digitar texto em japonês em um teclado específico para o inglês.

modelo. No WebSphere Commerce, um modelo é um esqueleto ou padrão que define como as informações do banco de dados do WebSphere Commerce são exibidas em uma página da Web. O modelo determina a localização e o tipo de texto e imagem da página, assim como outros atributos da página, como uma cor de plano de fundo. Os modelos são criados com a tecnologia JavaServer Pages (JSP) utilizando tags HTML ou beans que têm link estabelecido com o banco de dados do WebSphere Commerce.

moeda de compra. A moeda que é utilizada por uma loja em suas transações com um cliente específico. Consulte também *moeda preferida* e *moeda suportada*.

moeda preferida. A moeda indicada por um cliente como a preferida para ver os preços. A moeda preferida é indicada no perfil do cliente. Consulte também *moeda de compra* e *moeda suportada*.

moeda suportada. Uma moeda que uma loja on-line é capaz de exibir e manipular. Consulte também *moeda de compra* e *moeda preferida*.

N

nó. Um ponto de conexão de uma rede; um ponto de redistribuição ou um ponto final para transmissões de dados. Em geral, um nó tem capacidade programada

ou de engenharia para reconhecer e processar ou encaminhar transmissões para outros nós.

nome de domínio. No protocolo de comunicações da Internet, o nome de um sistema host em uma rede. Um nome de domínio consiste em uma seqüência de subnomes separados por um caractere delimitador.



nome do host. No conjunto de protocolos Internet, o nome dado a um computador. Às vezes, o *nome do host* é utilizado para significar o nome de domínio completo; outras vezes, ele é usado para significar o subnome mais específico de um nome de domínio completo. Por exemplo, se `mycomputer.city.company.com` for o nome completo do domínio, um dos seguintes pode ser considerado o nome do host:

- `mycomputer.city.company.com`
- `mycomputer`

O

objeto. (1) Um item que um usuário pode manipular como uma única unidade para executar uma tarefa. Um objeto pode aparecer como texto, um ícone ou ambos. (2) Em design ou programação orientada a objeto, objetos são agrupados em classes que compartilham definições de dados e funções de membros comuns. Cada objeto da classe é considerado uma instância da classe.

oferta. O preço de um produto, em uma ou mais moedas, juntamente com um conjunto de condições, como um intervalo de tempo efetivo ou um intervalo de quantidades aceitável, que devem ser atendidos para que o pedido utilize o preço. Também conhecida como *posição de comércio*. Consulte também *contêiner de posição de comércio*.

  **Open Database Connectivity (ODBC).** Uma API (interface de programação de aplicativo) padrão para acessar dados em sistemas de gerenciamento de bancos de dados relacionais e não-relacionais. Utilizando esta API, aplicativos de bancos de dados podem acessar dados armazenados em sistemas de gerenciamento de bancos de dados em vários computadores, mesmo que cada sistema de gerenciamento de bancos de dados utilize um formato de armazenamento de bancos de dados e uma interface de programação diferentes. Compare com *Java Database Connectivity*.

P

pacote. (1) Uma coleção de entradas de catálogo que tem um SKU e pode ser pedida como um único item. Consulte também *pacote configurável*. (2) Uma unidade de envio que pode ser rastreada por uma transportadora.

pacote configurável. Um conceito que permite os Gerentes de Produto e Gerentes de Marketing forneçam uma função de clique único para referência de múltiplos itens. De maneira mais formal, um pacote é uma entrada de catálogo composta constituída de pelo menos um SKU. Quando um pacote é incluído em um pedido, ele é decomposto nos itens de pedidos, que são então incluídos no pedido e o preço é agregado. Um pacote não pode ser adquirido diretamente. Consulte também *pacote*.

pacote de recursos. Contém o texto das páginas da loja. Se a loja suportar mais de um idioma, o pacote de recursos conterá vários "pacotes", ou seja, um pacote por idioma. Os arquivos do pacote são criados e acessados de acordo com o Java `PropertyResourceBundle` API.

página de categorias. Uma página da Web em uma loja on-line que exibe categorias de produtos. Páginas de categorias conectam os clientes às páginas de categoria filho ou a produtos que pertencem à categoria selecionada.

página de exibição. (1) Uma página de um catálogo que exibe informações de categorias e de produtos. (2) Uma página de uma loja on-line que é gerada como resposta a um comando.

página do produto. Uma página da Web que exibe informações detalhadas sobre um produto em uma loja on-line.

página JSP. Um documento baseado em texto utilizando dados de modelo fixos e elementos de JSP que descrevem como processar um pedido para criar uma resposta. [Sun Microsystems, Inc.]

particionamento de aplicativos. No planejador, o agrupamento de vários jobs de execução pesada. Isto ajuda a evitar uma sobrecarga no conjunto de aplicativos padrão do planejador.

pedido. (1) Um ou mais itens ou pacotes ou uma combinação de ambos, selecionados para compra. Um pedido contém quantidades, preços, informações de envio e encargos de impostos e envio, que são compilados e exibidos para os clientes após eles iniciarem o processo do pedido. No WebSphere Commerce, um pedido pode estar em um dos seguintes estados: novo, pendente, enviado, concluído ou cancelado. (2) Um ou mais produtos, seus preços e a quantidade especificada que um cliente tenha selecionado para comprar ou tenha comprado. Um Representante de Atendimento ao Cliente também pode fazer um pedido em nome de um cliente. Além de produtos, um pedido de cliente inclui um endereço de faturamento; endereço de envio (não aplicável para compras de downloads, como software); método, transportadora e serviço de envio; informações de pagamento; encargos de impostos e envio; e qualquer comentário ou ajuste de preço estipulado pela pessoa

que está fazendo o pedido. **B2C** Um Gerente de Operações assegura que os pedidos sejam atendidos adequadamente, o pagamento seja recebido e os

pedidos sejam enviados. **B2B** Um Gerente de Vendas assegura que os pedidos sejam atendidos adequadamente, o pagamento seja recebido e os pedidos sejam enviados.

pedido em espera. O status de um produto pedido quando a alocação de inventário determinou que o produto não está disponível.

perfil do cliente. Todas as informações sobre o cliente mantidas pelo Vendedor. Isto inclui informações demográficas básicas, histórico de pedidos ou dados operacionais como o ID de usuário e endereço para envio. Perfil de clientes são dinâmicos; Gerentes de Marketing definem os critérios para inclusão de um cliente em um perfil de clientes. Perfis de clientes podem ser os alvos de campanhas.

persistência. Uma característica de dados que é mantida além dos limites da sessão, geralmente em armazenamento não volátil, como em um sistema de banco de dados ou em um diretório. Um bean persiste tendo suas propriedades, campos e informações de estado salvas no armazenamento e restauradas a partir do armazenamento, em vez de deixar de existir quando o aplicativo que o criou não está em execução.

personalização. (1) A utilização do conhecimento do cliente para apresentar uma experiência de compras personalizada. (2) A criação, para determinado usuário, de um conjunto de informações associadas que podem ser utilizadas para personalizar recursos para esta pessoa.

pesquisa paramétrica. Uma pesquisa do catálogo on-line na qual o pesquisador especifica atributos ou valores como critério.

PGP. Consulte *Pretty Good Privacy*.

planejador. Um servidor em segundo plano de vários encadeamentos e vários processos, desenvolvido para manipular o planejamento e o início dos jobs, com base em um esquema de hora simples.

B2B política de controle de acesso. Um grupo de limitações e critérios, estabelecido pelo Administrador do Site, restringindo o acesso de um usuário apenas aos recursos necessários para assumir as responsabilidades relevantes à função atribuída.

B2B política de negócios. Um conjunto de regras seguido por uma loja ou grupo de lojas definindo processos de negócio, práticas da indústria ou o escopo e características de ofertas de negócios.

Ponto de e-marketing. No WebSphere Commerce, dados em uma página da Web que geralmente resultam de uma atividade de marketing, como uma campanha.

posição de comércio. Consulte *oferta*.

B2B post-approve. A execução do comando post-approve, se houver, quando uma ação aprovável é aprovada. Por exemplo, o comando post-approve pode transmitir um processo de notificação especial. Consulte também *pre-approve* e *post-reject*.

B2B post-reject. A execução do comando post-reject, se houver, quando uma ação aprovável é rejeitada. Por exemplo, o comando post-reject pode verificar o tamanho do pedido e notificar um gerenciador se estiver acima de determinada quantidade. Consulte também *post-approve* e *pre-approve*.

B2B pre-approve. A execução de um comando antes da aprovação da ação aprovável que iniciou o pedido de aprovação. Por exemplo, antes da aprovação de um pedido, o inventário de verificação de comandos é executado para assegurar que o produto esteja no estoque. Consulte também *post-approve* e *post-reject*.

preço de oferta. Preço pelo qual uma loja oferece os itens. O preço de oferta é o preço final pago, sem taxas, descontos e envio. Preços de oferta podem ser qualificados pela quantidade pedida (ou seja, você pode ter um preço diferente dependendo da quantidade), período de tempo, grupos de membros ou contrato. Quando os itens são realmente colocados em uma lista de itens de interesse ou em um pedido, o preço mostrado é o preço de oferta. Consulte também *preço de tabela*.

preço de tabela. Um preço que faz parte da entrada do catálogo. Como um catálogo pode ser produzido por um fabricante, que forneceria um preço de tabela como parte da descrição de cada entrada, o preço de tabela não é necessariamente o preço pelo qual uma entrada é vendida. O preço pelo qual os itens são vendidos é determinado por uma loja e conhecido como preço de oferta. Assim, exibir o preço de tabela geralmente não é adequado. Se uma loja criar suas próprias entradas de catálogo, ela pode exibir o preço de tabela ou o preço de oferta em seu catálogo.

Pretty Good Privacy (PGP). Um protocolo de transferência eletrônica que permite a troca privada de arquivos ou correios utilizando criptografia de chave pública.

produto. (1) Uma entidade que pode ser exibida como um grupo de itens de SKU que compartilham atributos. Todos os itens de SKU relacionados a determinado produto têm o mesmo conjunto de atributos e são distinguidos por seus valores de atributos. (2) Para usuários WebSphere Commerce Accelerator, o item a

ser pedido é denominado um *produto*. Embora produtos e itens de SKU sejam diferenciados por razões de baixo nível (como no esquema de banco de dados do WebSphere Commerce), o WebSphere Commerce Accelerator não faz esta distinção.

projeto. Uma unidade de organização de arquivos e recursos no WebSphere Studio. Por exemplo, você cria um projeto no WebSphere Studio no qual você gerencia todos os recursos da Web para sua loja.

projeto de regra. Contém informações que seu site requer para interagir com o Blaze Advisor Rule Server.

proprietário. (1) Um membro que possui uma entidade. (2) Aquele que tem acesso e permissão para operar uma entidade.

proprietário da loja. No WebSphere Commerce, esse cargo controla e é o proprietário do banco de dados e dos recursos dos arquivos relacionados à loja on-line. O proprietário de uma loja pode ser uma organização.

provedor de envio. A combinação de uma transportadora e um tipo de serviços oferecido por ela. Por exemplo, um provedor de envio pode ser XYZ Courier, serviço noturno.

publicar. O ato de transferir arquivos para uma localização no WebSphere Commerce Server. Há três contextos. (1) Utilizando o Store Services, você pode publicar o archive de loja em um WebSphere Commerce Server, criando assim uma loja operacional. O archive de loja deve ser publicado em um WebSphere Commerce Server antes que você possa exibir uma loja operacional. (2) Utilizando o WebSphere Studio, você pode publicar recursos da Web em um archive de loja ou em uma loja operacional que reside localmente em sua estação de trabalho, em um sistema de arquivos compartilhados ou em um sistema remoto que você acessa através de FTP.

Q

400 QNETCOMM. (1) O nome da biblioteca de produtos do WebSphere Commerce. (2) Um espaço de subsistema para jobs do WebSphere Commerce. (3) O nome da instância do servidor Web padrão; essa instância do servidor Web é utilizada para executar várias instâncias do WebSphere Commerce.

R

RAC. Consulte *Representante de Atendimento ao Cliente*.

RAC (Representante de Atendimento ao Cliente). Uma função definida no Commerce que gerencia pedidos de clientes. O Representante de Atendimento ao Cliente também processa registros, pedidos e devoluções de clientes. Alguns negócios poderão ter Supervisor de

Atendimento ao Cliente, que possui autoridade para concluir ações que não podem ser acessadas por um Representante de Atendimento ao Cliente, como a aprovação de registros de devoluções negadas pelo sistema. **Profissional** O Representante de Atendimento ao Cliente também trabalha com leilões, como o cancelamento de lances e gerenciamento de fóruns de discussão.

raiz do documento do aplicativo da Web. A localização no sistema de arquivos onde os recursos da Web do aplicativo são armazenados (como HTML estático, arquivos JSP e GIFs).

Receptor. Uma função definida no WebSphere Commerce que recebe inventários no centro de distribuição, rastreia registros de inventários esperados e recibos não esperados para produtos pedidos e recebe produtos devolvidos como um resultado de devoluções de clientes.

recibo de inventário. O recibo dos produtos em um centro de distribuição. Os produtos podem ter sido esperados e registrados em registros de inventário esperado ou recebidos para este caso. Recibos de inventário não-esperado não são registrados em registros de inventário esperado.

Recibo de inventário específico. Um registro do inventário físico recebido em um centro de distribuição específico em um momento específico, e que não era inventário esperado.

recomendação de produto. Uma técnica de vendas e de marketing na qual o inventário do catálogo é sugerido para clientes baseado em seu perfil ou em critérios independentes. Consulte *venda cruzada* e *venda expandida*.

recursos da fachada da loja. A parte de uma loja on-line que os clientes vêem durante a compra. Recursos da fachada da loja incluem páginas HTML, arquivos JSP, páginas de estilo, imagens, gráficos e outros tipos de arquivos multimídia. Compare com *lógica de negócios de back-office*.

referências. Registros que mostram o número de vezes que um negócio de terceiros ou um site na Web fez referência a clientes sobre o site na Web. Referenciais podem ser reconhecidos quando o Vendedor e terceiros medem o número de referenciais por questões de reconhecimento. Eles também podem não ser reconhecidos quando o Vendedor mede os referenciais por seus próprios motivos. Os referenciais podem ser medidos através de várias técnicas, incluindo análise de seqüência de cliques, taxas de cliques, serviços de marketing afiliados e pesquisas.

registro de inventário esperado. Lista o inventário que foi solicitado de um fornecedor e que é esperado que seja recebido pelo Vendedor. Um registro de inventário esperado pode conter informações para

vários itens, centros de distribuição e datas. Consulte também *recibo de inventário*.

regra. Uma instrução que associa um conjunto de ações a um conjunto de condições de teste. O formato básico de uma regra é: if condição, then ação. Regras são usadas extensivamente para implementar personalização.

regra de cálculo. Define como será feito um cálculo. Cada código de cálculo contém um conjunto de regras de cálculo. No geral, apenas um subconjunto das regras de cálculo de um código de cálculo são aplicáveis para um conjunto específico de itens de pedido. Por exemplo, diferentes regras se aplicam ao enviar itens para diferentes regiões.

B2B Representante de Contas. A função Representante de Contas é a principal função responsável pela criação de contratos para contas, alteração de pedidos para contas e monitoração da atividade das contas. Os Representantes de Contas fazem parte da organização de vendas, e como tais estão envolvidos na criação de promoções de vendas direcionadas, como descontos e cupons.

Resolução de ID. A geração de números de referência anterior ao carregamento de elementos XML em um banco de dados. A resolução de ID é utilizada exclusivamente para identificar dados no sistema de banco de dados.

B2B resposta RFQ. Ao utilizar o mecanismo de comércio RFQ, a resposta que um Vendedor envia a um comprador que enviou um RFQ. A resposta RFQ indica os termos e condições sob os quais o Vendedor venderá os produtos ou serviços a esse comprador.

reverso. Para remover alterações que foram feitas em arquivos de banco de dados sob controle de consolidação a partir do último limite de consolidação. Para retornar para uma condição estável anterior.

B2B RFQ. Consulte *pedido de cotação*.

B2B RFQ (Pedido de Cotação). O mecanismo de comércio utilizado quando um comprador solicita cotações para um conjunto específico de mercadorias ou serviços. Pode ser utilizado se um comprador não encontrar determinado item no catálogo, encontrar um item sem preço ou desejar estabelecer uma disposição de fornecimento a longo prazo para um item com preço fixo.

RMA. Consulte *return merchandise authorization*.

RMA (return merchandise authorization). Autorização do Vendedor para um cliente devolver produtos pedidos a partir de uma loja e receber um crédito, reembolso ou substituição do produto. A critério do Vendedor, pode não ser necessário o cliente

devolver um produto para receber um crédito, reembolso ou substituição do produto.

S

Secure Hypertext Transfer Protocol (S-HTTP). Uma variação com segurança avançada do HTTP. S-HTTP permite que os servidores e clientes autenticuem uns aos outros e definam o tipo de segurança utilizada nas transmissões. S-HTTP é uma alternativa para outro protocolo de segurança bastante conhecido, o Secure Sockets Layer (SSL). Consulte também *servidor seguro*.

Secure Sockets Layer (SSL). Um protocolo de segurança que permite que o cliente autentique o servidor e todos os dados e pedidos a serem criptografados. A URL de um servidor seguro protegida por SSL iniciando com HTTPS (em vez de HTTP). Consulte também *servidor seguro*.

segurança. Solução utilizada por um sistema de computador para assegurar que recursos internos estejam protegidos de leitura, modificação ou exclusão involuntária ou deliberadamente maliciosa.

sem informações de estado. Não tem registro de interações anteriores. Um servidor sem informação de estado processa pedidos com base apenas nas informações fornecidas com o pedido em si e não com base na memória de pedidos anteriores. Compare com *com informações de estado*.

seqüência de cliques. Em propaganda na Web, a seqüência de cliques ou páginas necessários, à medida que um visitante explora um site na Web.

serviço de regra. Uma interface utilizada para interagir com o Blaze Advisor Rule Server. Um serviço de regras tem métodos de entrada e saída definidos para facilitar a comunicação entre os dois aplicativos.

Serviços de Composição. O componente do sistema de mensagens do WebSphere Commerce que fornece uma saída formatada para mensagens, utilizando modelos JSP.

servidor. (1) Uma unidade funcional que fornece serviços compartilhados a um ou mais clientes através de uma rede. (2) Um computador ou programa que responde a comandos a partir de um cliente. Exemplos incluem um servidor de arquivos, um servidor de impressão e um servidor de correio. Consulte também *WebSphere Commerce Server* e *servidor Web*.

servidor de aplicativos. Um programa de servidor em uma rede distribuída que fornece o ambiente de execução para um programa aplicativo. Por exemplo, o WebSphere Commerce Server fornece o ambiente de execução para lojas on-line.

servidor de produção. WebSphere Commerce Server ativo para negócios.

servidor intermediário. Uma instância de um WebSphere Commerce Server que é utilizado com a finalidade de teste antes que novas funções ou dados sejam implementados para o servidor de produção.

servidor seguro. Um servidor que criptografa arquivos que está enviando e remove a criptografia de arquivos que recebeu para facilitar a comunicação segura com um cliente.

Servidor Web. Um servidor na Web que atende a pedidos de documentos HTTP. O servidor Web controla o fluxo de transações de e para o WebSphere Commerce. Ele protege a confidencialidade das transações do cliente e assegura que a identidade do usuário seja transmitida de forma segura para o WebSphere Commerce Server. O servidor Web implementa o protocolo Secure Sockets Layer (SSL) para atingir esse nível de segurança.

servlet. Um programa aplicativo, escrito na linguagem de programação Java, que é executado em um servidor Web. Uma referência a um servlet aparece na marcação de uma página da Web, da mesma maneira que uma referência a um arquivo gráfico aparece. O servidor Web executa o servlet e envia os resultados da execução (se houver algum) para o Web browser. Compare com *applet*.

SET Secure Electronic Transaction(TM). Um padrão da indústria para pagamentos seguros com cartão de crédito e cartão de débito através de redes abertas, como a Internet. O protocolo SET(TM) assegura confidencialidade das informações, integridade de todos os dados transmitidos, autenticação do proprietário do cartão e do comerciante e interoperabilidade.

S-HTTP. Consulte *Secure Hypertext Transfer Protocol*.

SKU (Unidade de Manutenção no Estoque). Um identificador alfanumérico para cada item de mercadoria ou entrada do catálogo. A menor unidade disponível para manter o controle do inventário. Pode incluir variáveis para o departamento, classe, fornecedor, estilo, cor, tamanho e localização.

SMTP. Consulte *Simple Mail Transfer Protocol*.

SMTP (Simple Mail Transfer Protocol). Na suite de protocolos da Internet, um protocolo de aplicativo para transferir correspondência entre usuários no ambiente da Internet. SMTP especifica as seqüências de troca de mensagens e o formato das mensagens. Assume que o Transmission Control Protocol (TCP) é o protocolo de base.

SQL (Structured Query Language). Uma linguagem de programação padronizada que é utilizada para definir e manipular dados em um banco de dados relacional.

SSL. Consulte *Secure Sockets Layer*.

stock keeping unit. Consulte *SKU*.

Structured Query Language. Consulte *SQL*.

subpedido. A parte do pedido que está sendo enviada para um endereço específico. Um pedido pode consistir em vários subpedidos. Por exemplo, um cliente pode indicar diferentes endereços de envio para diferentes produtos do carrinho de compras. Cada endereço de envio e os produtos a ele associado constituem um subpedido.

Supervisor de Atendimento ao Cliente. Uma função definida no WebSphere Commerce que possui acesso a todas as tarefas de serviço do cliente. O Supervisor de Atendimento ao Cliente gerencia perguntas do cliente (como registro do cliente, pedidos, devoluções e leilões) e tem autoridade para concluir tarefas que não podem ser acessadas por um Representante de Atendimento ao Cliente, como a aprovação de registros de devoluções negadas pelo sistema e o contato com clientes sobre exceções de pagamento (como falhas em autorização de cartão de crédito).

T

tabela de categorias. Uma tabela dinâmica que exhibe informações sobre categoria em uma série de linhas e colunas.

taxa de cliques. Em propaganda na Web, o número de cliques em um anúncio de uma página HTML como uma porcentagem do número de vezes que foi efetuado download do anúncio com a página. Compare com *impressão*.

TCP/IP. Consulte *Transmission Control Protocol/Internet Protocol*.

tipo de imposto. Indica o tipo de imposto; imposto de venda ou de envio. Cada tipo de imposto tem seu conjunto exclusivo de categorias de impostos.

Transmission Control Protocol/Internet Protocol (TCP/IP). Um conjunto de protocolos de comunicação que suporta funções de conectividade end to end para redes local e remota.

transportadora. Uma empresa que oferece serviços de envio de um centro de distribuição para um cliente.

transporte. Um meio para envio de uma mensagem de transmissão a partir do WebSphere Commerce.

U

 **UBF.** Consulte *Unified Business Flow*.

Unicode. Um padrão de caracteres universal que suporta o intercâmbio, processamento e exibição de textos escritos em qualquer um dos idiomas do mundo

moderno. Ele também suporta muitos textos clássicos e históricos em alguns idiomas. O padrão Unicode tem um conjunto de caracteres internacional de 16 bits definido pelo ISO 10646.

unidade abandonada. Um item que pode ser pedido, que foi colocado em um carrinho de compras, mas não foi pedido quando os dados foram extraídos.

B2B Unified Business Flow (UBF). Um recurso que permite a criação e alteração flexíveis de processos de negócios. O Unified Business Flow permite a desenvolvedores modificar os fluxos de negócios através dos vários subcomponentes do WebSphere Commerce.

B2B Unified Trading Framework (UTF). A arquitetura comum na qual todos os mecanismos de comércio podem ser gerados. Isto inclui mecanismos de comércio que são desenvolvidos dentro da empresa.

URL. O endereço de um arquivo na Internet. A URL contém o nome do protocolo, o nome de domínio completo e a localização do caminho e do arquivo. Consulte também *comando URL*.

URL de redirecionamento. Um URL utilizado em um comando de URL para indicar a página que deveria ser enviada para o cliente na conclusão do comando.

B2B UTF. Consulte *Unified Trading Framework*.

V

valor de balcão. Um valor monetário convertido da moeda da compra para outra moeda.

venda cruzada. Uma recomendação de produtos relacionada ou complementar ao produto atualmente exibido ou selecionado. Consulte também *venda expandida*.

venda expandida. Uma recomendação de produto de um produto relacionado, mas mais caro, da mesma linha do produto que atualmente exibido ou selecionado. Consulte também *venda cruzada*.

Vendedor. (1) Uma função definida no WebSphere Commerce que tem acesso a todas as capacidades do WebSphere Commerce Accelerator. (2) A função que supervisiona os objetivos e gerenciamento geral da loja, além de rastrear as vendas da loja. A função Vendedor é equivalente a um *comerciante*.

W

WebSphere Application Server. Um servidor de aplicativos da Web baseado em servlets Java utilizado para implementar e gerenciar aplicativos da Web. O WebSphere Application Server é um plug-in de

servidor Web baseado em um modelo de programação Java do lado do servidor que utiliza servlets, arquivos JavaServer Pages e beans corporativos.

WebSphere Commerce Accelerator. No WebSphere Commerce, um workbench de ferramentas on-line utilizadas para manter lojas on-line através de várias operações de loja. Se diversos idiomas estiverem disponíveis na máquina WebSphere Commerce, você pode concluir estas tarefas para cada idioma. Se tiver uma função com tarefas de atendimento, você poderá escolher o centro de distribuição associado à loja utilizando o WebSphere Commerce Accelerator. As tarefas autorizadas para serem executadas na sua função são exibidas nos menus da home page do WebSphere Commerce Accelerator. Essas tarefas se baseiam nas funções e níveis de autoridade do usuário.

WebSphere Commerce Server. O servidor que manipula as funções relacionadas a loja e a comércio de uma solução de e-commerce. O WebSphere Commerce Server fornece toda a funcionalidade do WebSphere Commerce em um contêiner da Web e em um contêiner de EJB.

WebSphere Commerce Studio. O WebSphere Commerce Studio está disponível em três edições: Developer Edition, Professional Developer Edition e Business Developer Edition. Todas as edições incluem as ferramentas necessárias para desenvolver os recursos da Web para sua loja.

WebSphere Studio. O WebSphere Studio é uma suite de ferramentas que traz todos os aspectos do desenvolvimento do site na Web para uma interface comum, permitindo criar, gerenciar e manter seu site a partir de uma localização central.

widget. (1) Um elemento de uma GUI (interface gráfica com o usuário) que exibe informações ou fornece uma maneira específica para o usuário interagir com o sistema operacional e o aplicativo. Widgets incluem ícones, menus de opções, botões, caixas de opção, barras de rolagem, janelas, formas e muitos outros dispositivos para exibir informações e solicitar, aceitar e responder ações do usuário. (2) Em programação orientada pelo objeto, cada tipo de widget é definido como uma classe (ou uma subclasse sob uma classe de widget genérica) e está sempre associada a uma janela específica. Um widget implementa procedimentos através da estrutura de classes de widget. A maioria, se não todas as linguagens de desenvolvimento de aplicativos hoje, como Java, são fornecidas com uma biblioteca de widgets pronta que o programador pode incorporar e modificar.

wrapper. Um programa ou script que define o estágio e torna possível a execução de outro programa mais importante.

WYSIWYG (What You See Is What You Get). A capacidade de um editor de texto de continuamente

exibir as páginas exatamente como elas aparecem quando impressas ou exibidas através de um navegador da Web.

X

XML (Extensible Markup Language). Uma metalinguagem padrão para a definição de linguagens de marcação derivadas do SGML e que é um subconjunto delas. A XML omite as partes mais complexas e menos utilizadas de SGML e facilita escrever aplicativos para manipular tipos de documentos, escrever e gerenciar informações estruturadas e transmitir e compartilhar informações estruturadas por vários sistemas de computação. A XML foi definida pelo W3C (World Wide Web Consortium).

Z

zona delimitada (DMZ). Em segurança de rede, uma rede que está isolada e funciona como uma zona entre uma rede confiável (por exemplo, uma intranet particular) e uma rede não confiável (por exemplo, a Internet). Um ou mais gateways seguros geralmente controlam o acesso à DMZ a partir da rede confiável ou da não confiável.

Avisos

Nota para Usuários do Governo dos Estados Unidos — — Documentação relacionada a direitos restritos — — Uso, duplicação e divulgação restritos pelo documento GSA ADP Schedule Contract com a IBM Corporation.

Estas informações foram desenvolvidas para produtos e serviços oferecidos nos Estados Unidos. É possível que a IBM não ofereça os produtos, serviços ou recursos discutidos nesta publicação em outros países. Consulte um representante IBM local para obter informações sobre os produtos e serviços disponíveis atualmente em sua área. Qualquer referência a produtos, programas ou serviços IBM não significa que apenas os produtos, programas ou serviços IBM possam ser utilizados. Qualquer produto, programa ou serviço funcionalmente equivalente, que não infrinja nenhum direito de propriedade intelectual da IBM, poderá ser utilizado em substituição a este produto, programa ou serviço. Entretanto, a avaliação e verificação da operação de qualquer produto, programa ou serviço não-IBM são de inteira responsabilidade do Cliente.

A IBM pode ter patentes ou solicitações de patentes pendentes relativas a assuntos tratados nesta publicação. O fornecimento deste documento não concede ao Cliente nenhum direito sobre tais patentes. Pedidos de licença devem ser enviados, por escrito, para:

Gerência de Relações Comerciais e Industriais da IBM Brasil
Avenida Pasteur, 138/146
Botafogo
Rio de Janeiro - RJ
CEP: 22290-240

Para pedidos de licença relacionados a informações de DBCS (Conjunto de Caracteres de Byte Duplo), entre em contato com o Departamento de Propriedade Intelectual da IBM em seu país ou envie pedidos de licença, por escrito, para:

IBM World Trade Asia Corporation
Licensing
2-31 Roppongi 3-chome, Minato-ku
Tokyo 1061, Japan

O parágrafo a seguir não se aplica a nenhum país em que tais disposições não estejam de acordo com a legislação local:

A INTERNATIONAL BUSINESS MACHINES CORPORATION FORNECE ESTA PUBLICAÇÃO "NO ESTADO EM QUE SE ENCONTRA", SEM GARANTIA DE NENHUM TIPO, SEJA EXPRESSA OU IMPLÍCITA, INCLUINDO, MAS NÃO SE LIMITANDO ÀS GARANTIAS IMPLÍCITAS DE NÃO-VIOLAÇÃO, MERCADO OU ADEQUAÇÃO A UM DETERMINADO PROPÓSITO. Alguns países não permitem a exclusão de garantias expressas ou implícitas em certas transações; portanto, esta disposição pode não se aplicar ao Cliente.

Estas informações podem conter imprecisões técnicas ou erros tipográficos. Periodicamente, são feitas alterações nas informações aqui contidas; tais alterações serão incorporadas em futuras edições desta publicação. A IBM pode, a qualquer momento, aperfeiçoar e/ou alterar os produtos e/ou programas descritos nesta publicação sem aviso prévio.

Referências nestas informações a Web sites não-IBM são fornecidas apenas por conveniência e não representam de forma alguma um endosso a esses Web sites. Os materiais contidos nesses Web sites não fazem parte dos materiais deste produto IBM e a utilização desses Web sites é de inteira responsabilidade do Cliente.

A IBM pode utilizar ou distribuir as informações fornecidas da forma que julgar apropriada sem incorrer em qualquer obrigação para com o Cliente.

Licenciados deste programa que desejam obter informações sobre este assunto com objetivo de permitir: (i) a troca de informações entre programas criados independentemente e outros programas (incluindo este) e (ii) a utilização mútua das informações trocadas, devem entrar em contato com:

Gerência de Relações Comerciais e Industriais da IBM Brasil
Av. Pasteur 138/146
Botafogo
Rio de Janeiro, RJ
CEP 22290-240

Tais informações podem estar disponíveis, sujeitas a termos e condições apropriados, incluindo em alguns casos o pagamento de uma taxa.

O programa licenciado descrito neste documento e todo o material licenciado disponível são fornecidos pela IBM sob os termos do Contrato com o Cliente IBM, do Contrato de Licença do Programa Internacional IBM ou de qualquer outro contrato equivalente.

As informações relativas a produtos não-IBM foram obtidas junto aos fornecedores dos respectivos produtos, de seus anúncios publicados ou de outras fontes disponíveis publicamente. A IBM não testou estes produtos e não pode confirmar a precisão de do desempenho, da compatibilidade ou de qualquer outra reivindicação relacionada a produtos não-IBM. Dúvidas sobre os recursos de produtos não-IBM devem ser encaminhadas diretamente a seus fornecedores.

Estas informações podem conter exemplos de dados e relatórios utilizados nas operações diárias de negócios. Para ilustrá-los da forma mais completa possível, os exemplos podem incluir nomes de indivíduos, empresas, marcas e produtos. Todos estes nomes são fictícios e qualquer semelhança aos nomes e endereços utilizados por uma empresa real é mera coincidência.

Esta publicação pode conter informações sobre produtos de outras empresas, incluindo referências a sites destas empresas na Internet. A IBM não se responsabiliza pela precisão, totalidade ou utilização de tais informações.

Este produto é baseado no protocolo SET.

LICENÇA DE COPYRIGHT:

Estas informações contêm programas de aplicativos de exemplo na linguagem fonte, ilustrando as técnicas de programação em diversas plataformas operacionais. Você pode copiar, modificar e distribuir estes programas de exemplos sem a necessidade de pagar à IBM, com objetivos de desenvolvimento, utilização, marketing ou distribuição de programas aplicativos em conformidade com a interface de programação do aplicativo para a plataforma operacional para a qual os programas de exemplos são criados. Esses exemplos não foram testados

completamente em todas as condições. Portanto, a IBM não pode garantir ou implicar a confiabilidade, manutenção ou função destes programas. Você pode copiar, modificar e distribuir estes programas de exemplos de qualquer maneira sem pagamento à IBM, com objetivos de desenvolvimento, utilização, marketing ou distribuição de programas aplicativos em conformidade com interfaces de programação de aplicativos da IBM.

Cada cópia ou parte destes programas de exemplo ou qualquer trabalho derivado, deve incluir um aviso de copyright com os dizeres:

(C) (nome de sua empresa) (ano). Partes deste código são derivadas de Programas de Exemplos da IBM Corp. (C) Copyright IBM Corp. 1996, 2003. Todos os direitos reservados.

Marcas Comerciais

O logotipo IBM e os seguintes termos são marcas comerciais ou marcas registradas da International Business Machines Corporation nos Estados Unidos e/ou em outros países:

- AIX
- DB2
- DB2 Extenders
- DB2 Universal Database
- IBM iSeries
- Intelligent Miner
- Lotus
- MQSeries
- OS/390
- S/390
- SecureWay
- VisualAge
- WebSphere
- z/OS
- zSeries
- 400

Java e todas as marcas comerciais e logotipos baseados em Java são marcas comerciais da Sun Microsystems, Inc. nos Estados Unidos e/ou em outros países.

Microsoft, Windows e o logotipo Windows são marcas registradas da Microsoft Corporation nos Estados Unidos e/ou em outros países.

SET e o Logotipo SET são marcas comerciais de propriedade da SET Secure Electronic Transaction LLC.

UNIX é uma marca registrada do The Open Group nos Estados Unidos e em outros países.

Outros nomes de empresas, produtos e serviços podem ser marcas comerciais ou marcas de serviço de terceiros.

Índice Remissivo

C

- campanhas 93
 - cópia de anúncio 91
 - iniciativas de campanhas
 - anúncio de divulgação 93, 95
 - filtragem colaborativa 93
 - venda sugestiva 93, 94
- catálogo 37
 - entendimento 37
 - exemplos de produtos
 - Loader Package 41
 - métodos de criação 40
 - principal 43, 59, 119
- ciclo de desenvolvimento 23
 - coleta de requisitos 25
 - como testar 28
 - desenvolvimento da loja 27
 - desenvolvimento do catálogo 28
 - design 26
 - implementação 28
- Colaboração 129
- Commerce Studio 12
- Configuration Manager 48
- Consultor de Produto
 - metáforas 102
 - estatísticas de Assistência de Vendas 116
 - estatísticas de Comparação de Produtos 116
 - estatísticas de Exploração de Produto 116
 - estatísticas do Consultor de Produto 116
- Contas 119
 - relatórios 114
- Contas de negócios 119
- contrato, padrão 119
- contrato padrão 119

D

- devoluções 83
 - aprovações 84
 - devoluções, recusadas pelo sistema 84
 - encargos 84
 - motivos de devolução 83
 - relatórios 117
 - Devoluções com Recebimentos Parciais 117
 - Devoluções Especiais 117
 - Recebimentos de Devoluções não Dispostas 117
 - utilizando devoluções 83

F

- Fornecedores 55
- funções 23
 - Administrador de Site 24

funções (*continuação*)

- Desenvolvedor da Loja 24
- Desenvolvedor de Banco de dados 24
- Gerente de Marketing 24
- Gerente de Produtos 24
- Web designer 25

G

- Gerentes de Marketing 87
 - campanhas 96
 - detalhes do produto 62
 - perfis de clientes 92

I

- IBM WebSphere Gerenciador de Catálogos 28
- Inventário 17
 - alocação 54
 - ATP (Available to Promise) 54
 - recebimento não-esperado 56
 - Registros de inventário esperado 56
 - relatórios
 - ajustes de inventário 115
 - produtos em pedido em espera 115
 - recebimentos de inventário por produto 115
 - registros de inventário esperado em aberto 116
 - status de inventário 115

L

- leilões 107
 - galeria 108
 - gerenciado por
 - Representante de Atendimento ao Cliente 111
 - mecanismos de preço 108
 - regras 107
 - tipos
 - dutch 109
 - lance aberto 108
 - lance fechado 109
- Loader Package 41
- lojas
 - criar 29
 - loja de exemplo 32
 - loja multicultural 35

M

- Marketing
 - campanhas 93
 - perfil de cliente 91
 - Ponto de e-Marketing 90

Marketing (*continuação*)

- Promoções de Cupons 97
- relatórios 116

P

- Pedido de Cotação 125
 - processo 126
- perfil de cliente 91
- políticas, negócios
 - catálogo 62
 - devoluções 84
 - direitos do cliente 119
- políticas de negócios
 - catálogo 62
 - devoluções 84
 - direitos do cliente 119
- produtos
 - atribuir um desconto 88

Q

- QuickPlace 129

R

- relatórios
 - Inventário
 - ajustes de inventário 115
 - produtos em pedido em espera 115
 - recebimentos de inventário por produto 115
 - registros de inventário esperado em aberto 116
 - status de inventário 115
- Representante de Atendimento ao Cliente 73
 - informações de registro 73
- leilões 111
- pedidos do cliente 79

S

- Subsistemas
 - Catálogo 16
 - Comércio 16
 - Inventário 17
 - Marketing 16
 - Membro 15
 - Pedido 16

W

- WebSphere Commerce
 - componentes 8
 - Administration Console 48
 - banco de dados 9
 - Servidor de Aplicativos Web 8

WebSphere Commerce *(continuação)*
componentes *(continuação)*
 servidor Web 9
 software em pacote 11
 WebSphere Commerce
 Accelerator 15
 WebSphere Commerce
 Payments 10



Número da Peça: CT20BBP

Impresso em Brazil

G517-7817-00



(1P) P/N: CT20BBP



Spine information:



IBM WebSphere Commerce

Fundamentos

Versão 5.5