

درخواست پیشنهاد (RFP)

طراحی و توسعه سامانه جامع فروش آنلاین بیمه

بر پایه زبان برنامه‌نویسی Python

درخواست‌کننده: یک کسب‌وکار فعال در حوزه بیمه

مهلت ارسال پیشنهاد: ۱۰ روز پس از انتشار آگهی

ارتباط: فقط از طریق پیام‌رسان سایت آگهی

۱. مقدمه و هدف

این سند، نیازمندی‌های طراحی و ساخت یک سامانه جامع فروش آنلاین بیمه را برای دریافت پیشنهاد فنی و مالی از شرکت‌ها و تیم‌های نرم‌افزاری تشریح می‌کند. هدف، ساخت سامانه‌ای است که هم برای استفاده داخلی کارفرما و هم برای ارائه (فروش لایسنس یا سرویس) به سایر کارگزاری‌ها و نمایندگی‌های بیمه قابل استفاده باشد.

نیازمندی‌های عملکردی این سند بر اساس قابلیت‌های سامانه‌های مشابه بازار تدوین شده و تیم پیشنهاددهنده می‌تواند در پیشنهاد خود راهکار بهتر یا ساده‌تر ارائه دهد، مشروط بر اینکه تغییرات به‌صورت شفاف ذکر شود.

۲. دامنه پروژه

- شرایط شرکت در فراخوان: فقط شرکت‌های دارای شخصیت حقوقی. سقف کل بودجه ۳۰۰ میلیون تومان است؛ پیشنهاد باید فازبندی شده باشد و فاز اول (هسته اصلی) در این سقف بگنجد.
 - پوشش کامل مازول‌های فهرست شده در بخش ۶ (همه مازول‌ها در محدوده کار هستند).
 - موتور تجمیع و مقایسه قیمت از چند منبع (ازکی، بیمه دات کام، بیمه‌بازار و شرکت‌های بیمه) از طریق API رسمی.
 - معماری چندمستأجره (Multi-tenant) از ابتدا؛ هر مشتری با داده، دامنه، برند و تنظیمات جداگانه.
 - پنل مدیریت کل (Super Admin) برای ساخت و مدیریت مشتریان، لایسنس، تنظیمات و صورتحساب.
 - طراحی رابط کاربری (UI/UX)، توسعه، تست، استقرار، آموزش و مستندسازی.
 - پشتیبانی و گارانتی پس از تحویل.
- موارد خارج از دامنه (در صورت نیاز در پیشنهاد جداگانه قیمت‌گذاری شود): خرید زیرساخت و سرور، هزینه سرویس‌های ثالث (پیامک، درگاه پرداخت، اعلام‌ها)، اخذ مجوزها و گواهی‌های قانونی، و عقد قرارداد و دریافت پذیرندگی (Merchant) از سرویس‌هایی مانند ترب‌پی و سیب‌پی که بر عهده کارفرما (و مشتریان هر کارگزاری) است.

۳. الزامات فنی

۳.۱ فناوری

- زبان اصلی Backend: Python. فریم‌ورک پیشنهادی Django (به همراه Django REST Framework) یا FastAPI؛ انتخاب نهایی با توجه فنی پیشنهاددهنده.
- پایگاه داده PostgreSQL؛ استفاده از Redis برای کش و صف؛ Celery (یا معادل) برای کارهای پس‌زمینه مانند ارسال پیامک و ایمیل و زمان‌بندی‌ها.
- فرانت‌اند: Vue.js یا React (یا قالب سمت سرور در صورت توجیه)، با پشتیبانی کامل از زبان فارسی، راست‌به‌چپ (RTL) و تقویم شمسی.
- تمام ارتباطات داخلی و خارجی از طریق REST API با مستندات OpenAPI/Swagger.
- لایه پرداخت و اتصال به سرویس‌های خارجی (ترب‌پی، سیب‌پی، درگاه‌ها، پیامک، اعلام‌ها) باید بر پایه الگوی Adapter و با رابط یکسان ساخته شود تا افزودن یا تعویض سرویس ساده باشد.
- کانتینری سازی با Docker و امکان استقرار روی سرور لینوکس؛ فایل‌های CI/CD و راهنمای استقرار تحویل شود.
- کدنویسی مازولار (در صورت نیاز به صورت سرویس‌های مستقل)، با رعایت اصول SOA و الگوهای طراحی استاندارد.

۳.۲ امنیت

- هش کردن رمز عبور با الگوریتم استاندارد (PBKDF2 یا Argon2)، OTP و ورود دومرحله‌ای.
- کنترل دسترسی مبتنی بر نقش (RBAC) در تمام لایه‌ها، ثبت لاگ رخدادها و عملیات مهم (درج، ویرایش، حذف، ورود).
- رعایت اصول OWASP، محافظت در برابر XSS، SQL Injection، CSRF و گواهی SSL و کدگذاری UTF-8.
- تهیه نسخه پشتیبان خودکار و برنامه بازیابی اطلاعات.
- همکاری برای رفع موارد گزارش شده در تست نفوذ.

۳.۳ کارایی و در دسترس بودن

- پاسخگویی ۲۴ ساعته و پایدار؛ پایگاه داده باید با جدایی که به میلیون‌ها رکورد می‌رسند (با Partitioning و ایندکس‌گذاری مناسب) کارایی مطلوب داشته باشد.
- پشتیبانی از مرورگرهای Chrome، Firefox، Edge و Safari (آخرین نسخه‌ها) و واکنش‌گرا بودن رابط کاربری.
- پیشنهاددهنده باید ظرفیت پشتیبانی شده (تعداد کاربر همزمان و تراکنش بر ثانیه) را در پیشنهاد اعلام کند.

۴. تجربه کاربری و رابط کاربری (UI/UX)

کیفیت و سادگی رابط کاربری یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت این پروژه است. تجربه کاربری مورد انتظار باید در سطح و سبک سایت‌های پیشرو فروش آنلاین بیمه در ایران، مانند ازکی (azki.com) و بیمه دات کام (bimeh.com)، باشد؛ یعنی ساده، سریع، مرحله‌به‌مرحله و متمرکز بر مقایسه و خرید آسان. توجه: این سایت‌ها فقط مرجع تجربه کاربری هستند. کپی کردن لوگو، رنگ‌بندی، متن‌ها، تصاویر، آیکون‌ها یا کد آن‌ها مجاز نیست. طراحی باید اختصاصی، با هویت بصری مستقل و قابل شخصی‌سازی برای هر مشتری باشد.

۴.۱ صفحه اول (Landing)

- فرم سریع انتخاب نوع بیمه (مانند شخص ثالث، بدنه، درمان تکمیلی، آتش‌سوزی، عمر، مسافرتی) با دکمه‌ها و آیکون‌های واضح، در بخش بالای صفحه و بدون نیاز به اسکرول.
- شروع استعلام با کمترین اطلاعات ممکن (مثلاً شماره موبایل یا مشخصات ابتدایی).
- عناصر اعتماد: نمادها و گواهی‌ها (اینماد و ...)، لوگوی شرکت‌های بیمه همکار، نظرات مشتریان، آمار، مسیرهای تماس و پشتیبانی آنلاین.
- بخش‌های محتوایی: مزایا، مراحل خرید، سوالات متداول، مقالات و اخبار (از طریق CMS قابل ویرایش).

۴.۲ مسیر خرید (User Journey)

- مرحله ۱: انتخاب نوع بیمه و ورود اطلاعات اولیه (فرم‌های مرحله‌ای و کوتاه، هر مرحله حداکثر چند فیلد).
- مرحله ۲: دریافت قیمت از شرکت‌های بیمه و نمایش لیست مقایسه‌ای.
- مرحله ۳: انتخاب طرح، افزودن پوشش‌ها، اعمال کد تخفیف.
- مرحله ۴: ورود اطلاعات تکمیلی، بارگذاری مدارک، ثبت آدرس و زمان تحویل (در صورت نیاز).
- مرحله ۵: ثبت‌نام یا ورود با OTP، پرداخت (آنلاین، کیف پول یا اقساطی).
- مرحله ۶: صدور بیمه‌نامه، دریافت کد رهگیری و فایل بیمه‌نامه، ارسال پیامک و ایمیل.

- کاربر در هر مرحله می‌تواند به عقب برگردد، اطلاعاتش حفظ شود و درخواست ناتمام (Lead) برای پیگیری ذخیره شود.

۴.۳ صفحه مقایسه قیمت

- نمایش کارت‌های پیشنهاد هر شرکت بیمه با قیمت، پوشش‌های کلیدی، رتبه، تخفیف و دکمه خرید.
- فیلتر و مرتب‌سازی (قیمت، شرکت بیمه، پوشش، رضایت مشتری) و مقایسه چند طرح در کنار هم.
- نمایش جزئیات پوشش‌ها و شرایط بدون ترک صفحه (پنل کناری یا مودال).
- نمایش قیمت از چند منبع در یک لیست با برجسته‌سازی «ارزان‌ترین» و نام منبع، همراه با بارگذاری تدریجی نتایج.
- بروزرسانی سریع قیمت پس از تغییر پوشش‌ها، همراه با نشانگر بارگذاری.

۴.۴ پنل کاربری بیمه‌گذار

- لیست بیمه‌نامه‌ها، وضعیت، تاریخ انقضا و تمدید با یک کلیک.
- پیگیری درخواست‌ها و خسارت، پرداخت اقساط، کیف پول و تاریخچه تراکنش‌ها.
- تیکت پشتیبانی، اعلان‌ها و یادآورها، ویرایش پروفایل.

۴.۵ پنل مدیریتی (ادمین، نماینده، بازاریاب)

- داشبورد گرافیکی با نمودارها و شاخص‌های اصلی (فروش، کارمزد، تعداد بیمه‌نامه، عملکرد شبکه).
- جداول قدرتمند با جستجو، فیلتر، مرتب‌سازی و خروجی اکسل.
- نمای درختی شبکه فروش و گردش کار درخواست‌ها (کارتابل).

۴.۶ الزامات کیفی طراحی

- رویکرد Mobile-First: بیشتر کاربران از موبایل استفاده می‌کنند؛ تجربه موبایل باید دقیقاً به اندازه دسکتاپ خوب باشد.
- سرعت بالا: بارگذاری صفحه اول زیر ۳ ثانیه روی اینترنت معمولی، بهینه‌سازی تصاویر و رعایت شاخص‌های Core Web Vitals.
- پشتیبانی کامل از فارسی، RTL، تقویم شمسی، ارقام فارسی و فونت مناسب (مانند وزیرمتن).
- اعتبارسنجی لحظه‌ای فیلدها (کد ملی، شماره موبایل، پلاک خودرو، تاریخ) با پیام‌های خطای واضح.
- طراحی تمیز و مدرن، فضای خالی کافی، انیمیشن‌های سبک و یکپارچگی کامل ظاهر در همه صفحات.
- دسترس‌پذیری (کنتراست مناسب، اندازه فونت قابل خواندن، قابلیت استفاده با کیبورد).
- سیستم طراحی (Design System) و کتابخانه کامپوننت‌ها، با قابلیت تغییر رنگ، لوگو و تم برای هر مشتری (وایت‌لیبل).
- رندر سمت سرور یا راهکار معادل برای سئوی مناسب صفحات عمومی.

۴.۷ تحویل‌دادنی‌های طراحی

- وایرفریم و نمونه اولیه تعاملی (Figma) از همه صفحات اصلی پیش از شروع توسعه، با تأیید کارفرما.
- تحویل فایل‌های طراحی، فونت‌ها، آیکون‌ها و سیستم طراحی.
- انجام تست کاربرپذیری ساده روی نسخه آزمایشی و اعمال اصلاحات.

۵. نقش‌های کاربری و تعاریف

۵.۱ نقش‌ها

- مدیر کل پلتفرم (Super Admin): مالک سامانه که مشتریان (کارگزاری‌ها) را می‌سازد و لایسنس و تنظیمات کلی را مدیریت می‌کند.
- مدیر مشتری: مدیر هر کارگزاری که محصولات، کاربران، شبکه فروش و گزارش‌های سازمان خود را مدیریت می‌کند.
- کارشناس/کارمند: بررسی و صدور درخواست‌ها، پشتیبانی و رسیدگی به خسارت.
- نماینده و شعبه: ثبت و فروش بیمه‌نامه به نام خود، دارای زیرپورتال اختصاصی.
- بازاریاب: فروش از طریق لینک اختصاصی و دریافت کارمزد، با امکان جذب زیرمجموعه.
- بیمه‌گذار (مشتری نهایی): خرید، پرداخت، پیگیری و تمدید بیمه.

۵.۲ تعاریف و اصطلاحات

- Multi-tenant (چندمستأجره): یک نسخه از نرم‌افزار که چند مشتری مستقل با داده و برند جداگانه از آن استفاده می‌کنند.
- White-label (وایت‌لیبل): ارائه سامانه با نام و برند مشتری به جای برند سازنده.
- MLM (بازاریابی شبکه‌ای): ساختار چندسطحی فروش که در آن هر بازاریاب می‌تواند زیرمجموعه داشته باشد و کارمزد بین سطوح تسهیم می‌شود.
- RBAC: کنترل دسترسی بر اساس نقش؛ هر نقش فقط به بخش‌های مجاز دسترسی دارد.
- OTP: رمز یکبار مصرف که با پیامک برای ورود یا تأیید ارسال می‌شود.
- PWA: وب‌اپلیکیشنی که مانند اپ موبایل نصب و استفاده می‌شود.
- API: واسطی برای اتصال سامانه به نرم‌افزارها و سرویس‌های دیگر.
- SLA: توافق سطح خدمات شامل زمان پاسخ‌گویی و رفع مشکل.
- Aggregator (موتور تجمیع): سامانه‌ای که قیمت و شرایط را از چند فروشنده می‌گیرد و در یکجا مقایسه می‌کند، مانند سفرمارکت.
- Lead: درخواست ناتمام یا مشتری بالقوه‌ای که برای پیگیری و فروش ذخیره می‌شود.

۶. الزامات عملکردی (ماژول‌ها)

تمام ماژول‌های زیر در محدوده پروژه هستند. پیشنهاددهنده باید برای هر ماژول، قیمت و زمان جداگانه اعلام کند.

۶.۱ مدیریت خدمات بیمه‌ای و عملکرد نمایندگی

- تعریف و مدیریت شعب و نمایندگی‌ها و نقش‌های سازمانی (بازاریاب، کارمند و ...)
- میز کار و بررسی آنلاین وضعیت عملکرد سازمانی
- فرآیند ثبت درخواست صدور، رهگیری درخواست، ثبت مستندات و تاریخچه
- بایگانی مستندات بیمه‌نامه و ارائه کد رهگیری
- ثبت تاریخچه تعاملات بین شبکه فروش و کارکنان نمایندگی

۶.۲ زیرسیستم تعریف محصولات بیمه

- استعلام آنلاین قیمت و ثبت درخواست بیمه‌نامه، فرم پیشنهاد برای همه محصولات

- تعریف و فروش انواع طرح به صورت آنلاین و داینامیک (فرم‌ساز و پرسش‌نامه پویا)
- قراردادهای گروهی (مانند درمان تکمیلی) و ایمپورت بیمه‌شدگان با اکسل
- پوشش‌های اصلی و اضافی، نرخ‌ها و ضرایب، پروموشن، جداول پلکانی تخفیف
- مقایسه شرایط و قیمت بیمه‌نامه‌ها و پیگیری وضعیت صدور

۶.۳ فروش آنلاین و آفلاین محصولات بیمه

- ایجاد دسترسی برای بیمه‌گذاران حقیقی و حقوقی و ارتباط آنلاین با آن‌ها
- ثبت الکترونیکی درخواست، رهگیری و اطلاع‌رسانی، ثبت وضعیت و گردش کار
- پروفایل مشتری و لیست بیمه‌نامه‌ها، درگاه فروش اینترنتی اختصاصی نمایندگی
- ثبت و آرشیو آفلاین بیمه‌نامه‌ها، اتصال به درگاه پرداخت برای دریافت حق بیمه

۶.۴ تعریف شبکه فروش و مدیریت بازاریابان (MLM)

- شبکه فروش چندسطحی نامحدود با مدل‌های متنوع، لینک اختصاصی بازاریابان (Referral Marketing)
- تعریف درختی بازاریابان، تعیین سمت، منافع و درصد تسهیم
- گزارش عملکرد شبکه فروش و ثبت مرادوات مالی

۶.۵ محاسبه تسهیم کارمزد به صورت درختی

- موتور محاسبه خودکار کارمزد بر اساس بیمه‌نامه‌های صادره و قراردادهای متنوع
- محاسبه چندمرحله‌ای برای بیمه‌نامه‌های اقساطی، ثبت اطلاعات مالی و تسویه
- گزارش‌های مالی کارمزد به صورت خودکار

۶.۶ زیرسیستم پرداخت

- پرداخت مستقیم از طریق درگاه‌های بانکی متعدد (مانند ملت، کشاورزی، سامان، سپه، زرین‌پال)
- نگهداری تاریخچه تراکنش‌ها (موفق و ناموفق) به تفکیک کاربر
- پرداخت نقدی، اقساطی با تضامین، اقساطی عاملیت ثالث، سقف اعتبار اقساطی
- اتصال به سرویس‌های اعتباری و خرید اقساطی (مانند ترب‌پی، سیب‌پی، تارا، ثمین) مطابق مازول بعدی
- گزارش پرداخت، اقساط معوق و پیش‌رو، مغایرت‌گیری درگاه بانکی

۶.۷ اتصال به سرویس‌های خرید اعتباری و اقساطی (BNPL) و درگاه‌های پرداخت

- اتصال به ترب‌پی (TorobPay)، سیب‌پی (SibPay)، تارا، ثمین و سایر سرویس‌های «اکنون بخر، بعداً بپرداز» و تسهیلات؛ پیاده‌سازی حداقل ۴ سرویس در نسخه اول، شامل ترب‌پی و سیب‌پی.
- اتصال به چند درگاه پرداخت بانکی و PSP (مانند ملت، سامان، سپه، کشاورزی، زرین‌پال) و امکان فعال/غیرفعال‌سازی هر کدام.
- معماری افزونه‌پذیر (Adapter/Plugin) برای ارائه‌دهندگان پرداخت: افزودن سرویس جدید باید فقط با نوشتن یک مازول اتصال و بدون تغییر در هسته سامانه ممکن باشد.
- نمایش گزینه‌های پرداخت در مرحله خرید بر اساس شرایط (مبلغ، نوع بیمه، سقف اعتبار)، مثلاً نمایش «پرداخت اقساطی با ترب‌پی» فقط برای مبالغ مجاز.
- مدیریت کامل چرخه پرداخت: ایجاد درخواست، هدایت کاربر به سرویس، دریافت نتیجه (Callback/Webhook)، تأیید نهایی (Verify)، بازگشت وجه (Refund) و لغو.

- تضمین یکتایی تراکنش (Idempotency)، تلاش مجدد خودکار در خطاهای شبکه و جلوگیری از پرداخت یا صدور دوباره.
- مغایرت‌گیری خودکار روزانه با گزارش هر سرویس و نمایش اختلاف‌ها، به همراه گزارش تسویه و کارمزد سرویس‌ها.
- تنظیمات مستقل برای هر مشتری (Tenant): اطلاعات پذیرندگی (Merchant) هر کارگزاری جدا ذخیره و مدیریت شود؛ کلیدها و رموز به صورت رمزگذاری شده نگهداری شوند.
- محیط آزمایشی (Sandbox) برای تست هر سرویس، ثبت لاگ کامل درخواست و پاسخ‌ها (بدون ذخیره اطلاعات حساس کارت) و پنل مانیتورینگ وضعیت سرویس‌ها.
- پیشنهاددهنده باید مستندات و دسترسی فنی هر سرویس را از ارائه‌دهنده دریافت و اتصال را تا اتمام تست پذیرش انجام دهد.

۶.۸ موتور تجمیع و مقایسه قیمت (Aggregator). مشابه سفرمارکت

- سامانه باید علاوه بر فروش مستقیم، به عنوان «موتور مقایسه» عمل کند: برای یک استعلام واحد، قیمت و شرایط را همزمان از منابع مختلف دریافت و کم‌قیمت‌ترین گزینه‌ها را نمایش دهد (الگو: سفرمارکت در حوزه سفر).
- منابع هدف: ازکی (Azki)، بیمه دات کام (Bimeh.com)، بیمه‌بازار (BimeBazar)، به علاوه سرویس‌های مستقیم شرکت‌های بیمه (Core) و منابع آینده.
- اتصال فقط از طریق API رسمی و قرارداد همکاری با هر منبع انجام شود. استفاده از Scraping، دور زدن محدودیت‌ها یا هر روش بدون مجوز ممنوع است. تهیه قرارداد و دریافت کلید API بر عهده کارفرماست و پیشنهاددهنده باید ساختار فنی را طوری بسازد که با دریافت مستندات هر منبع، اتصال سریع انجام شود.
- معماری Adapter: هر منبع یک ماژول مستقل با رابط یکسان داشته باشد تا افزودن یا حذف منبع بدون تغییر هسته ممکن باشد.
- فراخوانی موازی و غیرهمزمان منابع (مثلاً با asyncio و httpx یا Celery)، با Timeout، Retry و Circuit Breaker؛ خرابی یک منبع نباید نمایش نتایج بقیه را متوقف کند. نتایج به صورت تدریجی (Streaming) در صفحه ظاهر شوند.
- نرمال‌سازی داده: تبدیل نام شرکت‌ها، طرح‌ها، پوشش‌ها و شرایط هر منبع به یک ساختار استاندارد داخلی برای مقایسه عادلانه و دقیق (نقشه‌برداری پوشش‌ها و مدیریت تفاوت‌ها).
- رتبه‌بندی و فیلتر: نمایش «ارزان‌ترین»، مرتب‌سازی بر اساس قیمت، شرکت، پوشش و رضایت، و نمایش منبع هر قیمت؛ جایگاه‌های تبلیغاتی یا ویژه در صورت وجود باید شفاف و مشخص باشند.
- مدل خرید قابل تنظیم برای هر منبع: (الف) خرید مستقیم داخل سامانه از طریق API سفارش‌گذاری منبع، یا (ب) هدایت کاربر به صفحه خرید منبع با لینک ردیابی‌شده (Referral/Affiliate) و ثبت کمیسیون.
- کش هوشمند قیمت‌ها با زمان انقضای کوتاه، نمایش زمان آخرین بروزرسانی، و اعتبارسنجی مجدد قیمت قبل از پرداخت نهایی برای جلوگیری از اختلاف قیمت.
- مدیریت محدودیت نرخ (Rate Limit) هر منبع، صف درخواست‌ها و کنترل هزینه فراخوانی.
- ثبت لاگ و مانیتورینگ منابع: زمان پاسخ، نرخ خطا، نرخ موفقیت، تعداد نمایش و کلیک؛ پنل مدیریتی برای فعال/غیرفعال کردن هر منبع و تنظیم اولویت و کمیسیون.
- گزارش‌های تحلیلی: مقایسه قیمت منابع، نرخ تبدیل به خرید، درآمد کمیسیون و ارزان‌ترین منبع بر اساس نوع بیمه.
- رعایت قوانین و شرایط استفاده هر منبع و قوانین حفاظت از داده؛ ارسال اطلاعات شخصی مشتری به منابع ثالث فقط با رضایت کاربر و در حد ضرورت.

۶.۹ پیام‌رسانی (Messaging)

- ارسال پیامک، ایمیل و اعلان (Notification) بر اساس رخداد‌های سامانه
- ارسال پیام موردی و گروهی به کاربران و بیمه‌گذاران

۶.۱۰ موتور مدیریت تخفیفات

- کمپین‌های عمومی و اختصاصی، تعریف کد تخفیف و بن تخفیف با بازه زمانی
- شرط‌های متنوع (نام، نقش کاربر، تگ، نوع و مدت بیمه‌نامه، تاریخ انقضا، تعداد خرید، تاریخ تولد، شبکه فروش و ...)

۶.۱۱ پشتیبانی و پیگیری (تیکتینگ)

- ثبت پیام با موضوع مشخص و پیگیری پاسخ، تاریخچه و رهگیری
- ارتباط بین بیمه‌گذار، نمایندگان و شعب

۶.۱۲ یادآور بیمه

- ثبت درخواست یادآوری سررسید، شناسایی بیمه‌نامه‌های احتمالی و بالقوه
- ارسال خودکار پیام یادآوری

۶.۱۳ مدیریت محتوا (CMS) و مدیریت سئو

- وبسایت روی آدرس اختصاصی، سفارشی‌سازی صفحه فرود، لوگو و بنر و اسلایدر
- گالری تصاویر و ویدئو، اخبار و اطلاعیه‌ها، جستجو در محتوا
- تنظیمات SEO (سایت‌مپ، کلمات کلیدی)، ثبت نمادها و اسکریپت‌ها (اینماد، گوگل آنالیتیکس)

۶.۱۴ ثبت‌نام و احراز هویت

- گروه‌بندی کاربران، فعال‌سازی حساب با پیامک (OTP)، ورود دومرحله‌ای (Two Step Verification)
- پروفایل و اعتبارسنجی کاربران، ثبت سابقه عملیات و رخدادها (log chaining)

۶.۱۵ مدیریت کاربران و سطوح دسترسی (RBAC)

- تعریف نقش‌ها و گروه‌های کاربری نامحدود و تخصیص سطح دسترسی به بخش‌های مختلف
- فعال/غیرفعال‌سازی کاربران، مشاهده کاربران آنلاین

۶.۱۶ مدیریت زیرپورتال (فروش سازمانی و کانال فروش)

- ثبت رشته‌ها و طرح‌های اختصاصی، تخفیف و شرایط پرداخت متفاوت برای هر سازمان
- تنظیم درگاه پرداخت متفاوت، گزارش‌گیری مستقل، ایمپورت اکسل کاربران سازمان

۶.۱۷ موتور مدیریت نمایش طرح‌ها و بیمه‌ها

- تعریف شرط‌های نمایش (سن، تعداد ثبت روزانه یک شرکت بیمه، زمان نمایش، تگ و ...)

۶.۱۸ کیف پول

- کیف پول نقدی (قابل برداشت)، اعتباری و صندوق اعتباری، شارژ و انتقال اعتبار
- موتور هوشمند پاداش‌دهی (بازگشت وجه، هدیه تولد، شارژ اضافی) و گزارش گردش

۶.۱۹ گزارشات

- گزارش ساز با فیلتر و خروجی Excel/PDF/HTML برای تمام جداول و لیست‌ها
- بیمه‌نامه‌های صادره (به تفکیک نوع و بازه زمانی)، وضعیت درخواست‌ها، کاربران
- عملکرد بازاریابان، شبکه فروش و شعب، تخفیفات، کارمزد کارگزاری و بازاریابان
- گردش کیف پول، تراز مالی خرید، مغایرت‌گیری درگاه بانکی

۶.۲۰ ارجاع اتوماتیک پیشرفته

- توزیع خودکار بیمه‌نامه‌ها به کارشناسان بر اساس رشته، شرکت، شهر، زمان، کاربر ثابت، رندم، نوبتی

۶.۲۱ مدیریت وظایف

- تعریف، تقسیم و ارجاع کارها، اولویت‌بندی (ماتریس آیزنهاور و MOSCOW)، ماتریس RACI، پیوست فایل

۶.۲۲ خسارت

- ثبت الکترونیک خسارت و فرآیند بررسی، تأیید یا رد

۶.۲۳ بازاریابی و فروش پیشرفته

- Retargeting (ترغیب مشتری برای سایر رشته‌ها، تمدید، مشتریان وفادار با تگ‌گذاری)
- Lead Management (یادآوری‌ها، درخواست مشاوره، لیست بیمه‌نامه‌های رها شده)

۶.۲۴ نسخه موبایل

- ارائه نسخه PWA و وب‌اپلیکیشن موبایل (در صورت امکان، نسخه اندروید)

۶.۲۵ API، وایت‌لیبل و اتصال به سرویس‌های خارجی

- ارائه API فروش و ثبت درخواست بیمه‌نامه برای سایر اپلیکیشن‌ها و سامانه‌ها (مستندات Swagger/OpenAPI)
- وایت‌لیبل: ایجاد کانال فروش و برند متفاوت در اپلیکیشن‌های مختلف
- اتصال به بیمه‌مرکزی و سرویس‌های Core شرکت‌های بیمه، استعلام پلاک و خلافی خودرو

۷. تحویل‌دادنی‌ها

- سورس کد کامل و مالکیت مادی و معنوی آن برای کارفرما، بدون وابستگی به لایسنس یا کتابخانه‌های غیرقابل‌واگذاری.
- مستندات فنی (معماری، پایگاه داده، API)، مستندات کاربری و راهنمای استقرار.
- تست‌های خودکار (Unit و Integration) برای منطق‌های اصلی مانند محاسبه کارمزد، پرداخت و صدور.
- آموزش مدیران و کاربران (جلسات آنلاین و ویدیوی ضبط‌شده).
- استقرار نسخه نهایی روی زیرساخت معرفی‌شده از سوی کارفرما.

۸. زمان‌بندی و پرداخت

پیشنهاددهنده باید برنامه زمانی مرحله‌ای (فازبندی) و تاریخ تحویل هر مرحله را ارائه دهد. جدول زیر ساختار پیشنهادی پرداخت است و قابل مذاکره می‌باشد:

مرحله	درصد پرداخت
عقد قرارداد	۲۰٪
تحويل تحليل، طراحی و نمونه اولیه	۲۰٪
تحويل نسخه آزمایشی ماژول‌های اصلی	۳۰٪
تحويل نسخه کامل و تست پذیرش	۲۰٪
پایان دوره گارانتی	۱۰٪

۹. گارانتی و پشتیبانی

- گارانتی رفع باگ و ایراد حداقل ۶ ماه پس از تحويل نهایی، بدون هزینه.
- تعریف سطح خدمات (SLA): زمان پاسخ‌گویی و رفع مشکل بر اساس شدت.
- اعلام هزینه پشتیبانی و نگهداری سالانه پس از دوره گارانتی.
- نرخ ساعتی توسعه‌های بعدی و تغییرات خارج از دامنه (Change Request).

۱۰. محتوای پاسخ پیشنهاددهنده

پیشنهاد باید شامل موارد زیر باشد:

- معرفی شرکت/تیم، اعضای کلیدی و رزومه آن‌ها.
- نمونه کار مرتبط (ترجیحاً سیستم‌های بیمه، مالی یا پرداخت) و امکان تماس با مشتریان قبلی.
- معماری فنی پیشنهادی و فناوری‌های انتخابی با دلیل.
- تجربه قبلی در ساخت سامانه‌های تجميع قیمت (Aggregator) یا اتصال به چندین API خارجی و توضیح روش پیشنهادی برای نرمال‌سازی و رتبه‌بندی نتایج.
- نمونه طراحی UI (اسکرین‌شات یا نمونه اولیه) از پروژه‌های قبلی یا طرح پیشنهادی برای صفحه اول، فرم استعلام و صفحه مقایسه قیمت.
- برآورد هزینه به تفکیک ماژول (جدول قیمت)، به‌علاوه مجموع کل و مالیات.
- برنامه زمانی و ترکیب تیم (نقش و تعداد نفرات).
- شرایط مالکیت سورس کد، گارانتی و پشتیبانی.
- فرضیات و ریسک‌های پروژه.

۱۱. معیارهای ارزیابی

معیار	وزن
تجربه و نمونه کار مرتبط	۲۵٪
کیفیت فنی و معماری پیشنهادی	۲۰٪
کیفیت طراحی UI/UX و نمونه اولیه	۱۵٪
قیمت	۲۰٪

زمان بندی	۱۰٪
شرایط گارانتی و پشتیبانی	۱۰٪

کارفرما در رد یا قبول هر پیشنهاد مختار است و ارسال پیشنهاد به منزله تعهد قرارداد نیست. اطلاعات این سند محرمانه است و نباید با اشخاص ثالث به اشتراک گذاشته شود.