

Техническая записка

Подготовка товарной инфраструктуры для Яндекс Маркета, Avito и кабинета для юридических лиц

Проект	Интернет-магазин «Метиз Комплект», mk-27.ru
Назначение	Зафиксировать логику подготовки новых каналов продаж и границы готовности каждого направления.
Роль маркетинга	Постановка бизнес-задачи, требования к данным, организация участников, контроль пилота и фиксация следующего этапа.
Роль разработчика	Скрипты обработки данных, фиды, интеграции и программная реализация.
Статус документа	Рабочая техническая записка. Не является отчётом о продажах или подтверждением полного запуска всех направлений.

1. Исходная задача

Собственный интернет-магазин уже содержал большой промышленный каталог. Для выхода на внешние площадки и развития продаж юридическим лицам требовалось не дублировать карточки вручную, а выстроить правила работы с изображениями, категориями, названиями, ценами, атрибутами и документами. Три направления рассматривались как продолжение одной товарной инфраструктуры: Яндекс Маркет, Avito и кабинет для юридических лиц.

2. Общая модель данных

1С и товарная база	1С-Битрикс / mk-27.ru	Правила канала	Фид или интеграция	Модерация / проверка	Обращение и обработка
--------------------	-----------------------	----------------	--------------------	----------------------	-----------------------

- Единый источник товарных данных должен оставаться связанным с сайтом и учётной системой.
- Каждый канал получает собственные требования к изображению, категории, атрибутам и цене.
- Ручные исправления отдельных карточек не должны становиться основной моделью поддержки.
- Пилот используется для проверки правил до масштабирования на весь каталог.

Граница утверждения: наличие технической схемы и пилота не означает подтверждённые продажи, массовый запуск всего каталога или завершённый B2B-кабинет.

Яндекс Маркет

Тестовый контур товарной выгрузки

1. Подготовка товарных данных

Товар из 1С	Обработка изображения	Категория Яндекса	Отдельная цена	Фид 1С-Битрикс	Тестовая категория
-------------	-----------------------	-------------------	----------------	----------------	--------------------

- После основной выгрузки запускался отдельный скрипт обработки новых изображений.
- Изображения приводились к формату 900 x 1200.
- WebP использовался для сайта, JPEG - для маркетплейсов.
- Для верхнеуровневых разделов вручную задавалось соответствие категориям Яндекса.
- Соответствие распространялось на вложенные разделы и товары.
- Для площадки использовался отдельный тип цены с округлением до единицы.
- Фид формировался средствами 1С-Битрикс.

2. Почему запуск начинался с одной категории

Пилот на одной категории позволял проверить полный цикл без массового размножения ошибок. На этом этапе проверялись структура фида, изображения, названия, категории, цены, повторное обновление и причины отклонения модерацией.

Проверяемый элемент	Критерий	Рабочий результат
Изображения	Требуемый размер и формат	Подготовлены правила обработки WebP/JPEG
Категория	Соответствие классификатору Яндекса	Сопоставление задано для пилотного контура
Название	Проходит правила модерации	Выявлено ограничение по слову «Акция»; создано отдельное поле названия
Цена	Берётся из нужного типа цены	Подготовлена отдельная логика цены
Фид	Формируется повторно без ручной сборки	Использован механизм 1С-Битрикс
Масштабирование	Ошибки понятны до массового запуска	Полный каталог не заявляется как запущенный

3. Роль участников

Маркетинг	Разработчик	Товарные и коммерческие сотрудники
Требования площадки, категории, приоритеты, проверка пилота	Скрипт, фид, обработка данных, исправление технических ошибок	Проверка номенклатуры, характеристик, цен и спорных данных
Подтверждённый уровень: подготовленная инфраструктура и тестовая выгрузка одной категории. Не подтверждены массовый запуск всего ассортимента и продажи с площадки.		

Avito

Организационная и техническая подготовка канала

1. Отличие от обычной товарной выгрузки

Для Avito одного соответствия категории было недостаточно. Для разных товарных групп требовались дополнительные признаки и правила объявления.

Уровень данных	Примеры	Что требовалось определить
Категория площадки	Раздел Avito	К какому разделу каталога относится товар
Тип товара	GoodsSubType	Какой тип объявления и набор полей применять
Отраслевые атрибуты	PlumbingType и другие признаки	Какие значения обязательны для конкретной группы
Карточка	Название, изображение, цена, описание	Как формировать объявление без ручного дублирования
Процесс	Ответственный за данные и обращения	Кто исправляет ошибки и обрабатывает клиента

2. Техническое состояние

- Обработчики Avito были подготовлены в общем рабочем скрипте.
- В зафиксированной версии обработчики оставались отключёнными.
- Кабинет и будущий порядок работы организационно прорабатывались.
- Определялись участники процесса: данные, размещение, модерация и обращения.

3. Контрольные риски до массового запуска

Риск	Контрольное действие
Неверная категория или атрибут	Проверять выборку объявлений до включения обработчиков.
Массовое отклонение	Сначала отработать причины на ограниченном наборе.
Дубли и расходящиеся цены	Связать правила объявления с исходной товарной системой.
Устаревшие остатки	Не показывать данные без надёжного источника и регламента обновления.
Нет ответственного за обращения	Назначить маршрут обработки до включения массовой публикации.

4. Зафиксированная граница результата

Создание кабинета и подготовка обработчиков не являются подтверждением массовой публикации объявлений, продаж или устойчивой работы канала. Подтверждённый уровень - организационная и техническая подготовка.

Отключённые обработчики показывают незавершённость безопасного массового запуска, а не завершённый коммерческий канал.

Кабинет для юридических лиц

Продуктовая архитектура и интеграционные зависимости

1. Базовый пользовательский сценарий

ИНН	Данные организации	Оптовая цена	Остатки	Счёт и договор	Статус заказа	Уведомления
-----	--------------------	--------------	---------	----------------	---------------	-------------

2. Почему это не отдельная страница сайта

Полезный кабинет для юридического лица зависит от источников данных и операционного процесса. Интерфейс без актуальных цен, остатков, документов и статусов создаёт ложные ожидания и дополнительную нагрузку на менеджеров.

Контур	Что должен предоставлять	Риск без интеграции
1С и каталог	Товары, цены, остатки, реквизиты	Недостоверные данные в кабинете
Документы	Счёт, договор, статус готовности	Ручное дублирование и ошибки
CRM	Связь клиента, заказа и менеджера	Потеря контекста обращения
Уведомления	Email, WhatsApp и другие согласованные каналы	Клиент не понимает состояние заказа
Менеджеры	Проверка и обработка исключений	Цифровой канал не связан с реальным процессом

3. Матрица готовности направлений

Направление	Подтверждено	Не подтверждено	Следующий шаг
Яндекс Маркет	Обработка изображений, категории, отдельная цена, фид, тестовая категория	Массовый запуск всего каталога и продажи	Исправить требования модерации и масштабировать после повторной проверки
Avito	Схема категорий и атрибутов, организация кабинета и ролей	Активная массовая выгрузка и продажи	Проверить ограниченный набор и только затем включать обработчики
Кабинет для юрлиц	Требования к ИНН, ценам, остаткам, документам и статусам	Полноценный работающий продукт	Согласовать источники данных, минимальный релиз и ответственность

4. Управленческий вывод

Новые e-commerce-каналы должны развиваться через качество товарных данных, пилоты, интеграции и закреплённые роли. Массовая публикация без этих условий только переносит ошибки из сайта во внешнюю площадку.

Роль маркетинга в этом контуре - соединить бизнес-задачу, требования площадки, данные сайта, работу разработчика и будущую обработку обращений. Техническая реализация остаётся зоной разработчика.

Документ фиксирует подготовленную инфраструктуру и продуктовую архитектуру. Он не подтверждает выручку, продажи, полную модерацию каталога или завершённый запуск B2B-кабинета.