

Перезапуск B2B-платформы Levenhuk

levenhuk

INTERVOLGA
ВЕРТИКАЛЬНАЯ ОЦИФРОВКА БИЗНЕСА



О клиенте

Группа компаний
Levenhuk — производитель
оптической техники
мировых брендов: Levenhuk,
Discovery, MAGUS,
Ermenrich и эксклюзивный
дистрибьютер брендов
Bresser, Sky-Watcher, Konus,
Meade.



Сейчас под управлением компании находится международная сеть магазинов оптической техники «Четыре глаза» (в Европе – «Zoom'n'Joy»). Магазины расположены в России, странах СНГ, Европе, Азии и Северной Америке. Оптическая техника бренда Levenhuk также представлена на крупнейших торговых интернет-площадках.

96

зарегистрированных
товарных знаков

75

магазинов оптической
техники по всему
миру

1,9

млрд руб.
капитализации

20+

лет на рынке

24+

языков сайта

Причина обращения

Сотрудничество с брендом Levenhuk началось после статьи о проблемах разработки мультиязычных магазинов в нашем блоге. В этот период компания решала задачи расширения зарубежной дилерской сети и поддержки B2C и B2B-сайтов на основных европейских языках.

Нужен был партнёр, который займётся комплексным развитием ИТ-проекта:

- сократит количество сайтов на разных доменах (.pl,.cz,.it,.bg,.eu,.gr и др.) до 1–2 с необходимыми языковыми версиями, которые легко поддерживать;
- улучшит юзабилити сайтов и, тем самым, повысит качество клиентского опыта;
- автоматизирует работу отдела продаж, снизит нагрузку на менеджеров и сотрудников ИТ-отдела.

На старте проекта создание заказов дилерами происходило через почту и звонки менеджерам.

Требовалось уменьшить затраты времени и сократить расходы на обработку заказов, улучшить управление остатками, увеличить средний чек.

Для этого следовало перевести клиентов на работу непосредственно в личном b2b-кабинете с гибкими фильтрами, историей заказов, листом ожидания, аналитикой и другими полезными опциями.

Задачи, поставленные заказчиком



Обновление платформы

Перенос проекта на новый технологический стек, дающий больше возможностей кастомизации, регулярно обновляемый, имеющий большое сообщество разработчиков



Оптимизация инфраструктуры

Оптимизация инфраструктуры проекта так, чтобы она не теряла эффективность при увеличении нагрузки — добавлении новых сайтов/языковых версий



Интеграции

Проведение доработки самописной учётной системы на базе 1С, её интеграция с сайтами на новом движке



Редизайн сайтов

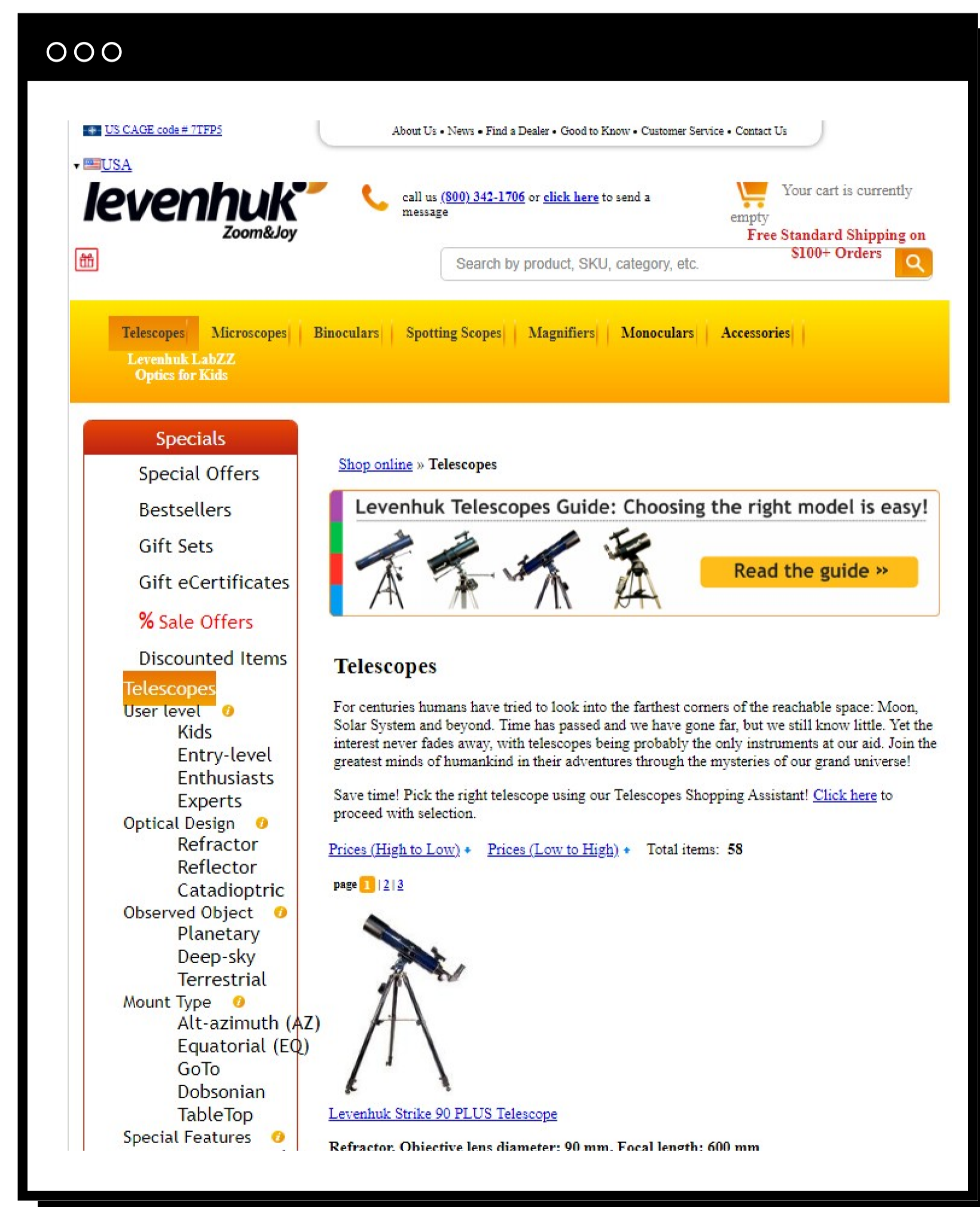
Вёрстка, тестирование и отладка работы b2b-портала в новом дизайне, в случае успеха — перенос дизайн на розничный сегмент

Условия и решения на старте

Проект выделялся хранением данных: товары (картинки, описания, переводы и прочее) в PostgreSQL, цены и остатки — в нетиповой конфигурации 1С. Система отличалась высокой сложностью.

После исследования конфигураций приняли 3 важных решения:

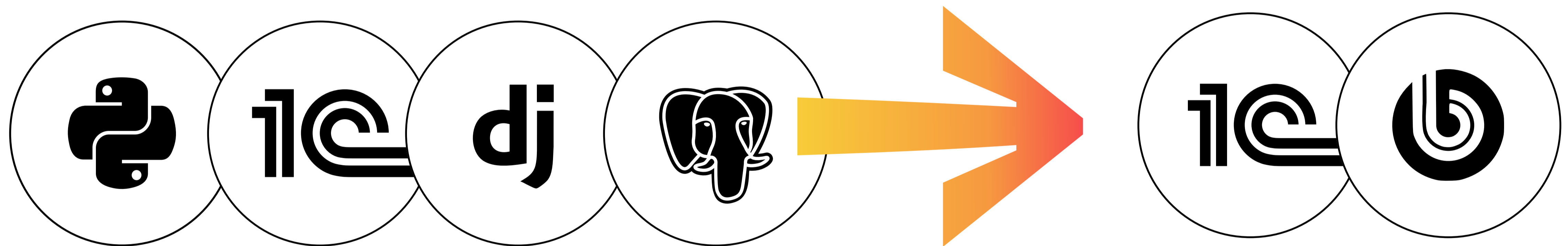
- Не использовать работавшую ранее тиражку, а создать всё с нуля с учётом пожеланий заказчика и опыта наших предыдущих разработок и интеграций в e-com.
- Обновить дизайн розничного и дилерского сайтов. Новый движок Битрикса давал больше возможностей как в плане фронт-, так и бэкенда.
- Самостоятельно разработать обмен с сайтом для учётной системы 1С, так как она была сильно кастомизирована и стандартные механизмы обмена не поддерживались.



Tango with Django

Миграция с Django+PostgreSQL на БУС+MySQL

К моменту старта работ у Levenhuk работали розничные и b2b сайты, написанные на Django. Они хранили данные в PostgreSQL и интегрировались с самописной «1С: Управление торговлей». Проект хотели развивать и масштабировать, но такому стеку никто не мог обеспечить должный уровень поддержки и коммуникаций.

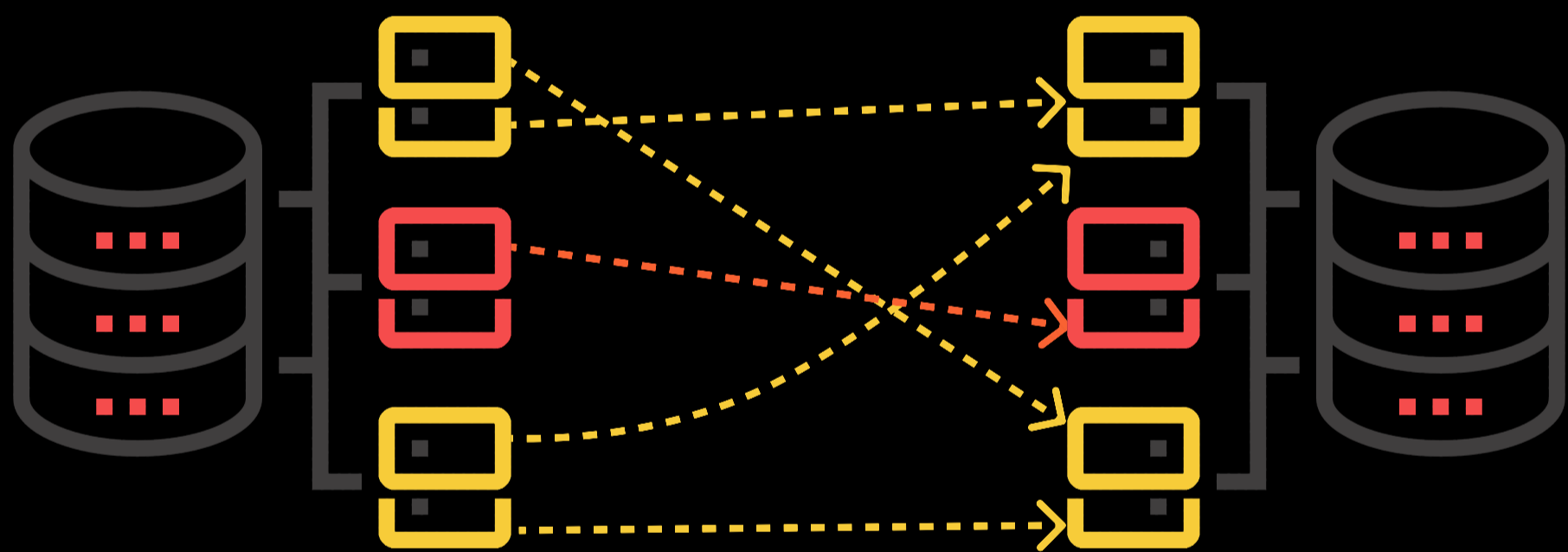


Чтобы двигаться дальше была предложена миграция на «1С: Битрикс управление сайтом». Это позволило перейти на CMS, сделанную с учётом реалий российского рынка e-commerce, со стабильными обновлениями платформы, модульностью и большим магазином приложений.

Трудности переезда

Отказ от внешней БД

Функционал старой системы не был документирован. По связям полей БД пытались понять как связаны таблицы и за что отвечает каждая из них в интерфейсе сайта.



Разная спецификация Postgre и MySQL

Сделать копию данных 1 к 1 не получилось. Пришлось писать механизм импорта и трансформировать данные. определять из какой таблицы Postgre их брать и в какой HL-блок «1С: Битрикс управление сайтом» складывать, как сопоставлять поля и т.д.

В результате получилось создать отдельный «контентный» сайт (в структуре БУС), который в своих HL-блоках содержит данные (картинки, описания, переводы, информацию о магазинах и складах), импортированные из Postgre, поэтому обмены перестали зависеть от её доступности, уровня нагрузки и качества администрирования.

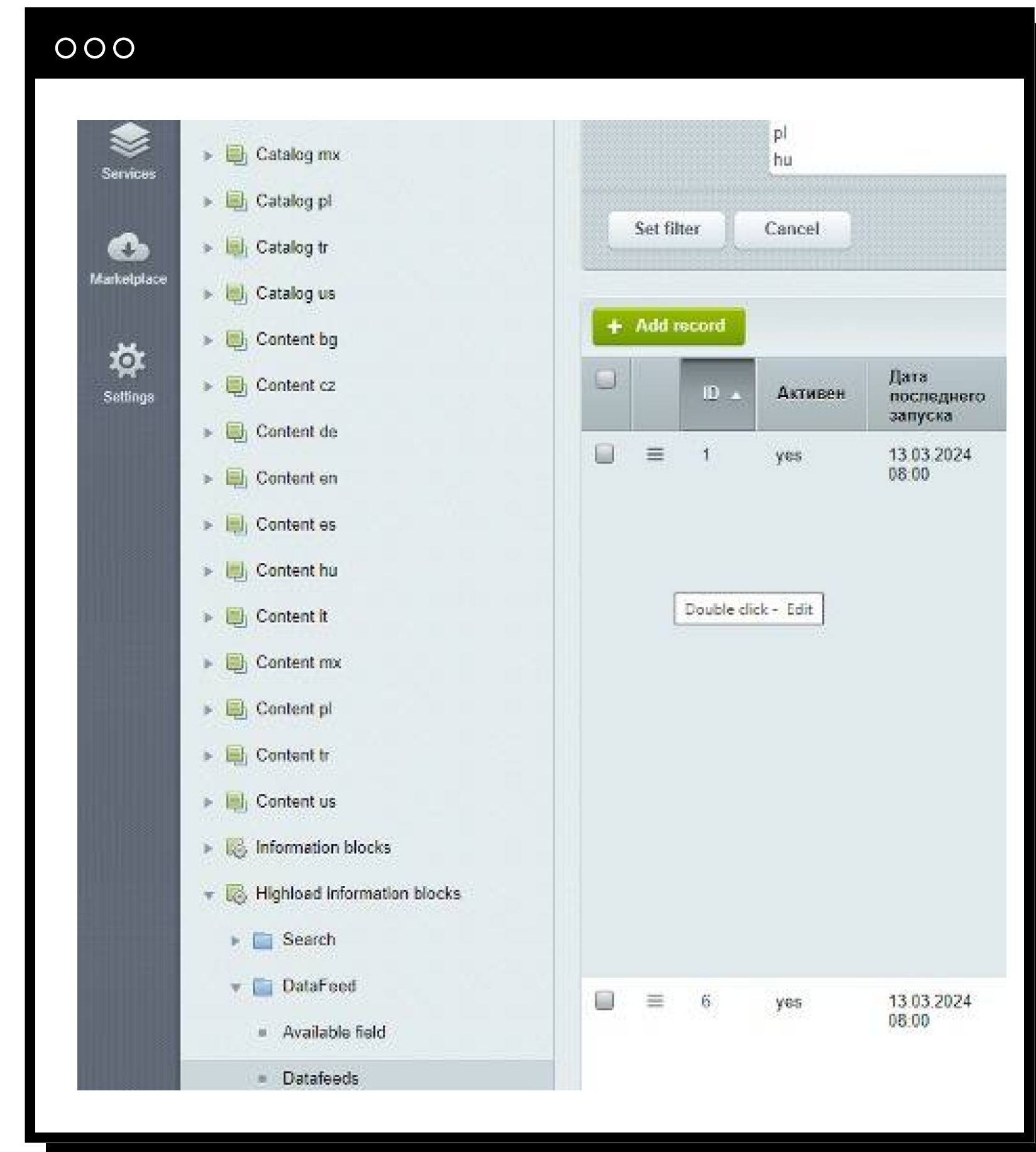
Новая админка

Для удобства менеджеров, которые управляют содержимым сайта, разработан собственный интерфейс с широким функционалом.

Например, в нем есть генератор фидов, который сильно облегчает работу по загрузке товаров на сайт и созданию описаний.

Другая доработка — алгоритм сжатия, который конвертирует изображения в формат webp при добавлении фото товара.

Оптимизация визуального контента и перевод сайтов на работу с одной контентной базой позволил сократить её размер на 600 Гб.



Решение проблемы скорости обновления данных



Переезд на «1С: Битрикс управление сайтом» не вызывал проблем обмена данными до тех пор, пока количество сайтов и языковых версий сайтов не начало расти. Параллельно росло и число скриптов, управляющих обменом. Полное обновление могло занимать до 20 часов. В этот момент стало очевидно, что нужно менять подход.

Чтобы уйти от кучи скриптов и кардинально поднять скорость обмена требовалось полностью пересмотреть подход к обновлению данных. Для этого:

1

В структуре проекта создали локальный «контентный» сайт, куда менеджеры загружают информацию о товарах. Это сократило время обновления, т.к. сайту уже не нужно было обращаться к внешней БД на Postgre.

2

Добавили сервер очередей (ActiveMQ) и разбили обновление на шаги (каждый шаг — отдельная очередь ActiveMQ).

Интеграция с 1С



Все европейские сайты бренда обслуживала древняя самописная версия 1С. Масштабирование проекта заставляло задуматься о необходимости доработки устаревшей учётной системы, которая начинала сдерживать планы по модернизации. Переработать пришлось не только саму 1С, но и механизмы обмена между ней и сайтами. До этого она работала только с XML (не поддерживала работу с JSON), поэтому нельзя было без костылей перенести, например, свойства товаров из старой версии в новую и на сайт. Пришлось самим писать методы создания, проверки и отладки JSON. То же самое касалось переноса данных из европейской версии 1С в российскую и обратно.

Интеграция с платёжными системами

Предыдущая модель платежей для европейских покупателей предполагала возможность оплатить покупку через PayPal или офлайн непосредственно в магазине.

По экономическим соображениям и для удобства владельцев карт, выпущенных национальными платёжными системами, заказчиком было принято решение расширить их список. В каждой стране присутствия Levenhuk есть своя платёжная система или даже несколько систем, отличных от Visa и Mastercard.

В чем-то процессы каждой из них уникальны, но есть и много общего.

Сейчас в списке интеграций уже 7 популярных платёжных систем.



Новый дизайн: живой и уникальный

Эти простые и понятные, но очень выразительные методы позволили создать привлекательные и запоминающиеся элементы интерфейса



Levenhuk A10 Smartphone Adapter MSRP

Price **139.8 €**
Dealer Price **57.28 €**
Margin **82.52 €**

Уникальный счётчик товаров в корзине

Когда вы добавляете товар в «корзину», он попадает туда «почти физически», даже если «корзина» — виртуальная.

Как это работает? Просто. При добавлении, последний элемент списка копируется, а цена увеличивается. При уменьшении, наоборот.

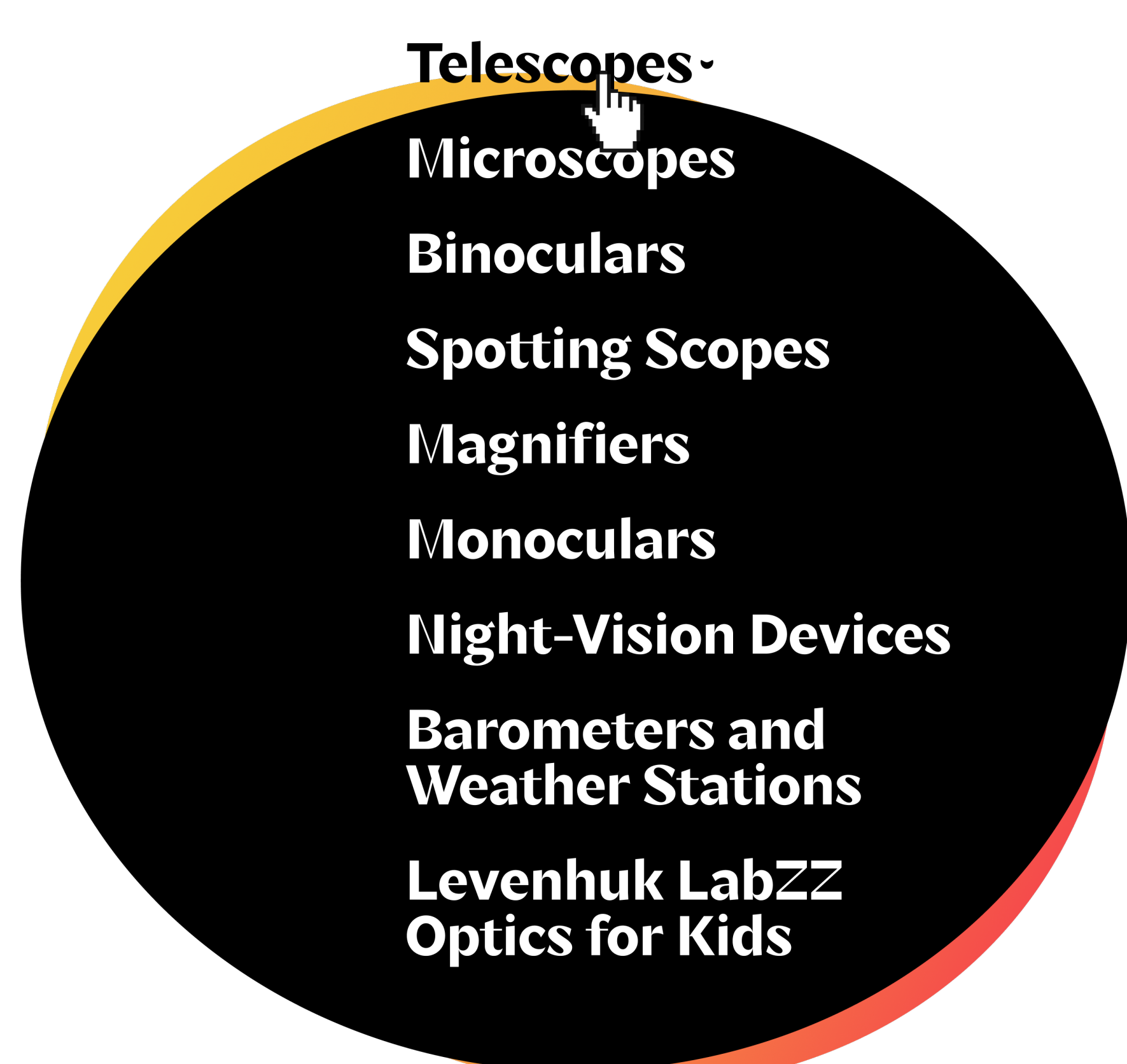
Оригинальный способ вывода каталога

В механике перемещений по каталогу ничего не изменилось: выбираем категорию — подкатеорию — товар.

Что изменили:

Элементы каталога «свернули» в заголовок, на освободившееся место подтянули фильтры

Сделали выпадающее меню визуально более заметным



Новое представление линейки брендов

Список брендов или партнёров на сайте традиционно представляют в виде шахматной доски или слайдера.

Но видимый нами свет — это волны. Так как вся линейка товаров Levenhuk предназначена для наблюдений (путём сбора электромагнитного излучения — видимого света), то бренды представлены в виде волн из фотонов.



Статичные элементы страницы приобрели объём и анимацию

Обычно важные кнопки меняют цвет при наведении. Это делает их более заметными и повышает кликабельность. Но что если пойти дальше и поместить на задний план простой объект, который добавит глубины плоской кнопке?

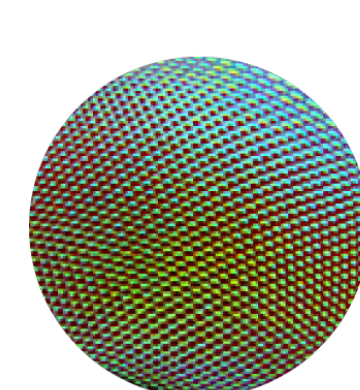
Линза подходит для этой цели идеально!



Детализация когда она нужна

В карточках каталога мы обычно видим миниатюрные изображения товаров. Чтобы разглядеть структуру поверхности, расположение кнопок и множество других мелких деталей приходится делать ещё пару «лишних» шагов.

Но зачем их делать, если все подробности можно узнать сразу, прямо на странице каталога?



Eye under a microscope: insects' photo



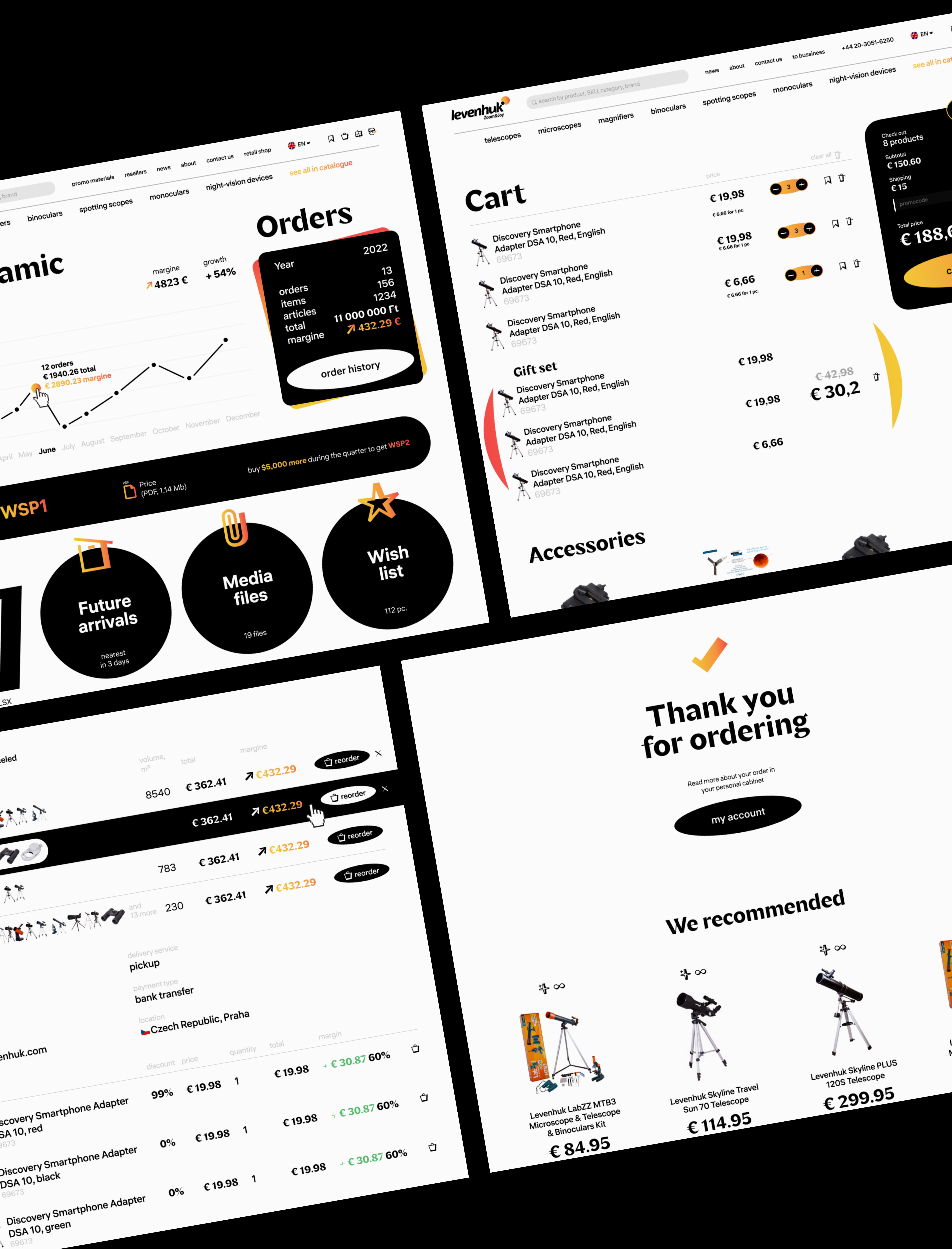
Compatibility of Levenhuk microscopes with Levenhuk digital cameras

Микровзаимодействия в разделе, который редко читают

Отклик интерфейса помогает пользователю понять, что именно меняется из-за его действий. Они не должны быть скучными, ведь люди не роботы.

Мы показали только **небольшую часть** дизайнерских решений, которые наши разработчики реализовали на новом B2B-сайте.

Они видны всем посетителям. Но есть детали, которые видны только после регистрации. Они тоже сложные, но красивые и полезные.



Трудоёмкость проекта

Проект большой и системный, поэтому
вложения в него нужно рассматривать
как инвестиции

550+

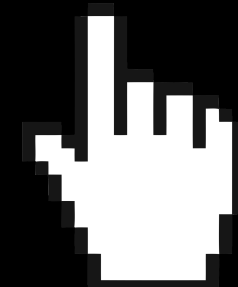
часов на вёрстку макета,
созданного дизайнерами
студии Артемия Лебедева

900+

часов на «переодевание»
сайта в новый дизайн

5+

месяцев работы
специалистов по frontend
и backend



Мнение заказчика

От лица ОАО «Левенгук» хотим поблагодарить команду ИНТЕРВОЛГИ за добросовестную работу над проектом. Вместе мы разработали и поддерживаем мультязычный интернет-магазин и личный кабинет дилера.

К старту проекта по редизайну у нас, руководителей компании, уже был опыт общения с ведущими студиями страны. Выбирали подрядчика из топ-10 по рейтингу, портфолио, отзывам в сети. До первой беседы с аналитиком компании ИНТЕРВОЛГА, опыт был негативным, и мы сформировали пул важных для Левенгук критериев.

Учитывая эти критерии мы выбрали интегратора осознанно. Результат нас удовлетворяет на протяжении уже более трёх лет, к тому же отсутствует излишняя бюрократия. Радует и профессиональная команда проекта. Отдельно благодарим за предоставление комплексных решений — интеграция с 1С, решение серверных вопросов, стабильность поддержки.



Антон Епифанов

Генеральный директор ОАО «Левенгук»

Спасибо за внимание!

+7 495 648 57 90

info@intervolga.ru