

Модуль "МС:Интеграция 1С с маркетплейсами" для УТ 11 / КА 2 / УНФ / ERP

Наш продукт "МС:Интеграция 1С с маркетплейсами" представляет собой расширение (дополнительный модуль) для конфигураций 1С "1С:Управление торговлей 11" / "1С:Комплексная автоматизация 2" / "1С:ERP Управление предприятием 2" / "1С:Управление нашей фирмой" для обмена с маркетплейсами Wildberries, Ozon и Яндекс.Маркет.

Мы активно развиваем продукт, по просьбам пользователей постоянно добавляем в него новые возможности. Актуальную информацию о функционале решения, пожалуйста, уточняйте по телефону: [+7 \(499\) 67-333-75](tel:+7(499)67-333-75)

Ниже вы можете ознакомиться с инструкциями к модулю по шагам, начиная с установки, настройки и заканчивая обучением многим другим функциям.

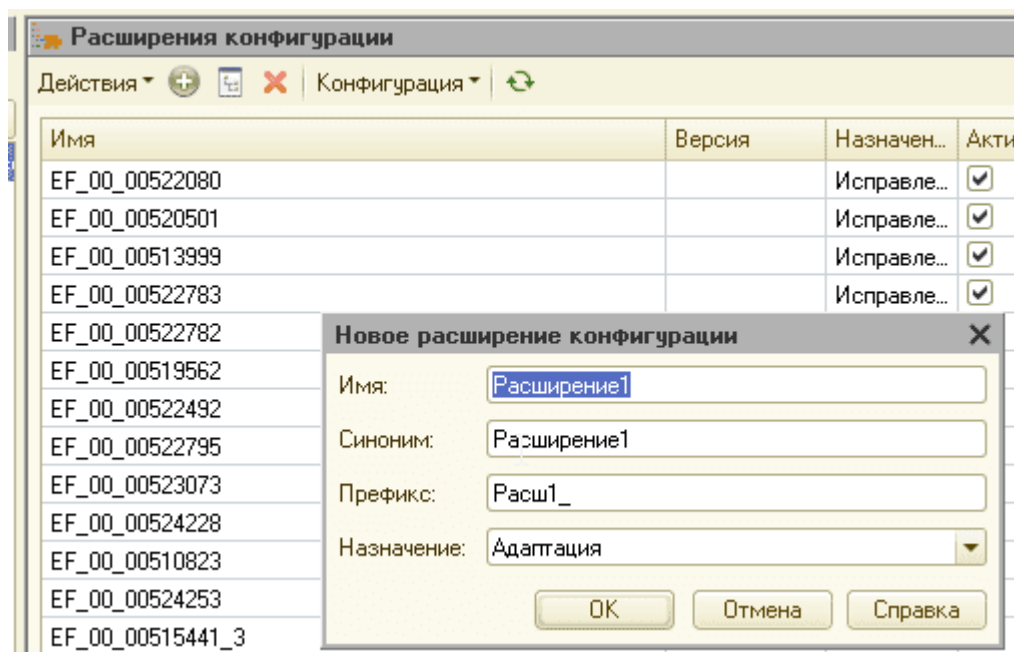
Содержание

1. [Инструкция по установке модуля](#). Процесс установки модуля достаточно прост и занимает совсем немного времени.
2. [Настройка интерфейса модуля в 1С](#). Вы можете сразу перейти к созданию аккаунтов маркетплейсов в модуле и его настройке или предварительно настроить интерфейс 1С для более комфортной работы.
3. [Настройка прав](#). Если работать с решением будут только пользователи с полными правами в 1С, этот шаг можете пропустить.
4. [Начальная настройка модуля](#). Описываем и наглядно показываем по шагам, как производится первоначальная настройка модуля интеграции 1С с маркетплейсами.
5. [Выпуск токена для доступа к API маркетплейсов](#). Подробная инструкция по выпуску токена на примере Wildberries Выпуск токена для доступа к API Wildberries. Для других маркетплейсов токен выпускается точно также, но порядок действий в личном кабинете селлера будет другой.
6. [Настройка уведомлений о заказах при работе по схеме FBS](#). Актуально, если заказы по схеме **FBS** приходят у вас нерегулярно и боитесь их пропустить (тогда будет отмена и понижение рейтинга).
7. [Настройка создания заказов клиентов в 1С \(для схемы "Маркетплейс"\) и резерв товаров на складах](#). Наш модуль позволяет при поступлении заказа по схеме FBS в базе 1С создавать документ "Заказ клиента". Этот документ резервирует товар под данный заказ. После этого свободный остаток данного товара в базе 1С уменьшается. И это новое значение свободного остатка товара отправляется на маркетплейсы.
8. [Почему не создаются Заказы клиентов для схемы FBS в 1С](#). Проблемы с созданием заказов клиентов для схемы FBS в 1С: решение проблемы

9. [Создание аккаунта Яндекс.Маркет и заполнение настроек для интеграции с 1С](#). Модуль МС:Интеграция с маркетплейсами должен быть установлен в базу 1С. Также должна быть проведена начальная настройка модуля. После этого можно переходить к созданию аккаунта маркетплейса Яндекс.Маркет в 1С.
10. [Отгрузка по схеме "Маркетплейс" на Wildberries \(документ "Поставка"\)](#). Если вы работаете по схеме **FBS** (на маркетплейсе **Wildberries** она называется "Маркетплейс"), то собирать отправления, печатать лист подбора и этикетки заказов по этой схеме работы можете из интерфейса нашего модуля. Опишем подробнее процесс работы.
11. [Расписание и настройка автоматического обмена 1С и Wildberries](#). Наш модуль умеет загружать с маркетплейсов заказы, текущие установленные цены и остатки FBS (чтобы понять, отличаются ли они) и текущие остатки по схеме FBO. В обратную сторону модуль умеет отправлять остатки по FBS, цены, а также статусы заказов по схеме FBS. Кроме того, модуль позволяет строить отчет "Анализ товаров".
12. [Планирование поставок на маркетплейсы с помощью интеграции с 1С](#).
13. [Расчет поставок в регионы для маркетплейса Ozon](#). Индекс локализации и алгоритм расчета поставок. Настройка расчета плана поставок в регионы. Анализ за произвольный период
14. [Анализ остатков товаров на маркетплейсах с модулем интеграции 1С от MoscowSoft](#).
15. [Простая загрузка цен в 1С из Excel, Google.Docs или других табличных документов](#). Настройка процесса загрузки цен и себестоимости товаров в 1С из табличных документов (Excel, Google Docs и других)
16. [Расчет прибыли от торговли на маркетплейсах](#). В нашем модуле "МС:Интеграция 1С с маркетплейсами" предлагается алгоритм расчета прибыли и убытков при работе с маркетплейсами.
17. [Прибыль по товарам от торговли на маркетплейсах](#). В управленческом учете обычно используют две простые и мощные методики - ABC и XYZ-анализ товаров. Рассмотрим подробнее использование этих методик в нашем модуле.
18. [Настройка мониторинга цен на маркетплейсах в МС:Интеграция с маркетплейсами](#). По умолчанию парсинг цен отключен. Как включить сборщика цен товаров и как его настроить читайте в этой инструкции.
19. [Особенности бухгалтерского и налогового учета на маркетплейсах](#). Хотите узнать, как правильно вести бухгалтерский и налоговый учёт при торговле на маркетплейсах? Подробнее читайте в нашей статье.
20. [Управление ценами на маркетплейсах из 1С](#). Эффективное управление ценами на маркетплейсах из 1С. В статье вы найдёте полезные советы и рекомендации, которые помогут оптимизировать вашу стратегию ценообразования и увеличить продажи.
21. [Автоматическое увеличение цен](#). Модуль позволяет настроить алгоритм автоматического увеличения цены на заданный коэффициент в зависимости от остатка товара. И чем меньше товара в остатке на складах маркетплейса, тем выше будет цена.
22. [Продвижение товаров на маркетплейсе Ozon и избежание платного хранения](#). Узнайте, как наша классификация товаров на Ozon поможет вам оптимизировать продажи и избежать платного хранения.

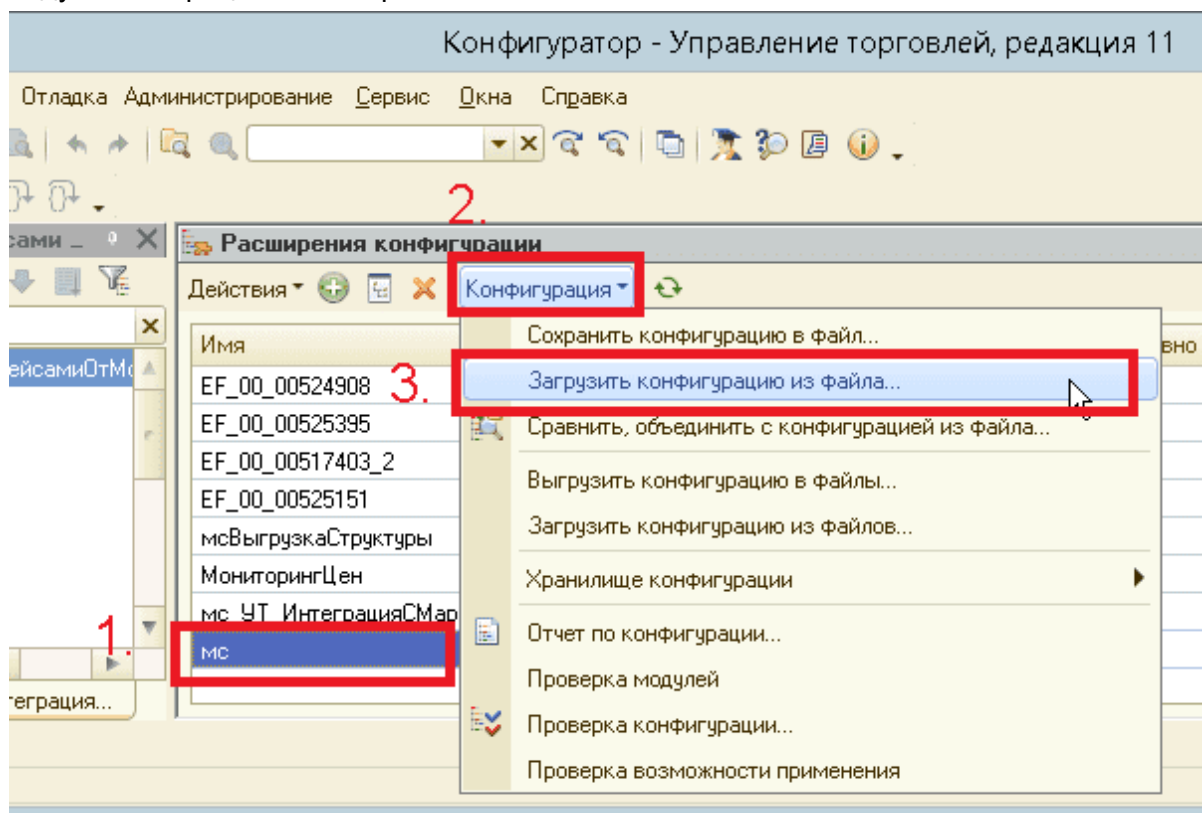
Пошаговая установка модуля обмена 1С с маркетплейсами Wildberries, Озон, Яндекс.Маркет

1. Установку необходимо выполнять под пользователем с административными правами. Нужно зайти в базу 1С в режиме конфигуратора.
2. Если дерево конфигурации не открыто, нужно нажать **Конфигурация - Открыть конфигурацию**
3. Далее нужно в верхнем меню выбрать **Конфигурация - Расширения**
4. Нажать кнопку **Добавить**. Откроется окно добавления нового расширения. В полях Имя, Синоним, Префикс укажите значение "мс" (при загрузке файла модуля эти значения будут замещены). В поле **Назначение** выберите значение "Дополнение". Нажмите **ОК**.

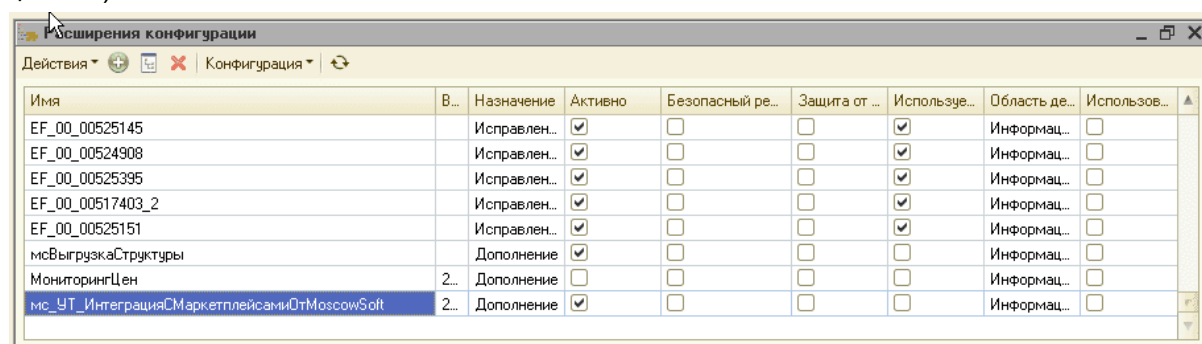


5. Выберите пункт "мс" в списке расширений. Нажмите в меню над списком расширений **Конфигурация - Загрузить конфигурацию из файла** (см. скриншот). Укажите путь к файлу

модуля интеграции 1С с маркетплейсами от компании **MoscowSoft**.



6. После загрузки файла модуля в базу нужно поменять настройки расширения, чтобы они выглядели как на скриншоте (нужное расширение на скриншоте выделено мышью синим цветом):



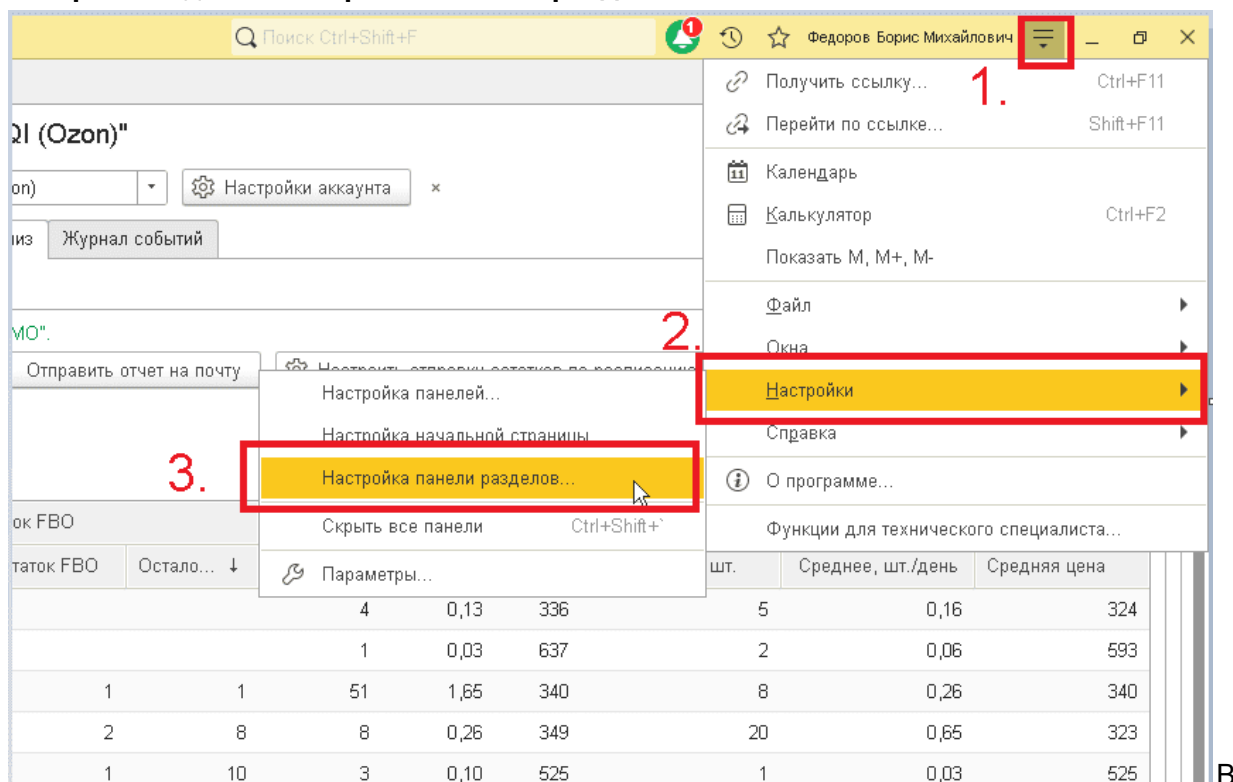
7. На этом установка завершена, можно выполнять первый вход в базу с установленным модулем и переходить к его настройке.

Настройка интерфейса модуля МС:Интеграция с маркетплейсами в 1С

После установки модуля в 1С необходимо зайти в базу под пользователем с полными правами. Вы увидите на рабочем столе вместе со стандартными окнами от 1С и форму обработки "МС:Интеграция 1С с маркетплейсами" от компании MoscowSoft. Это и есть основной интерфейс нашего модуля обмена.

Вы можете сразу перейти к [созданию аккаунтов маркетплейсов в модуле и его настройке](#) или предварительно настроить интерфейс 1С для более комфортной работы.

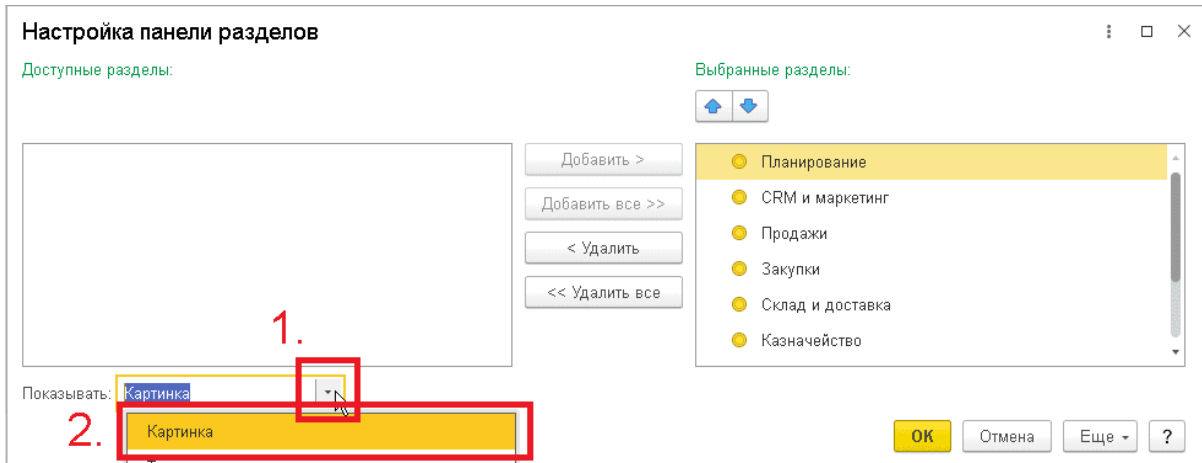
1. Мы рекомендуем вкладки подсистем в 1С переключить в вариант отображения "только картинки". Названия подсистем в этом случае выводиться не будут и в рабочем окне 1С у вас останется больше времени. Для настройки перейдите в меню справа сверху в нем выберите пункт **Настройки** - далее **Настройки панели разделов**:



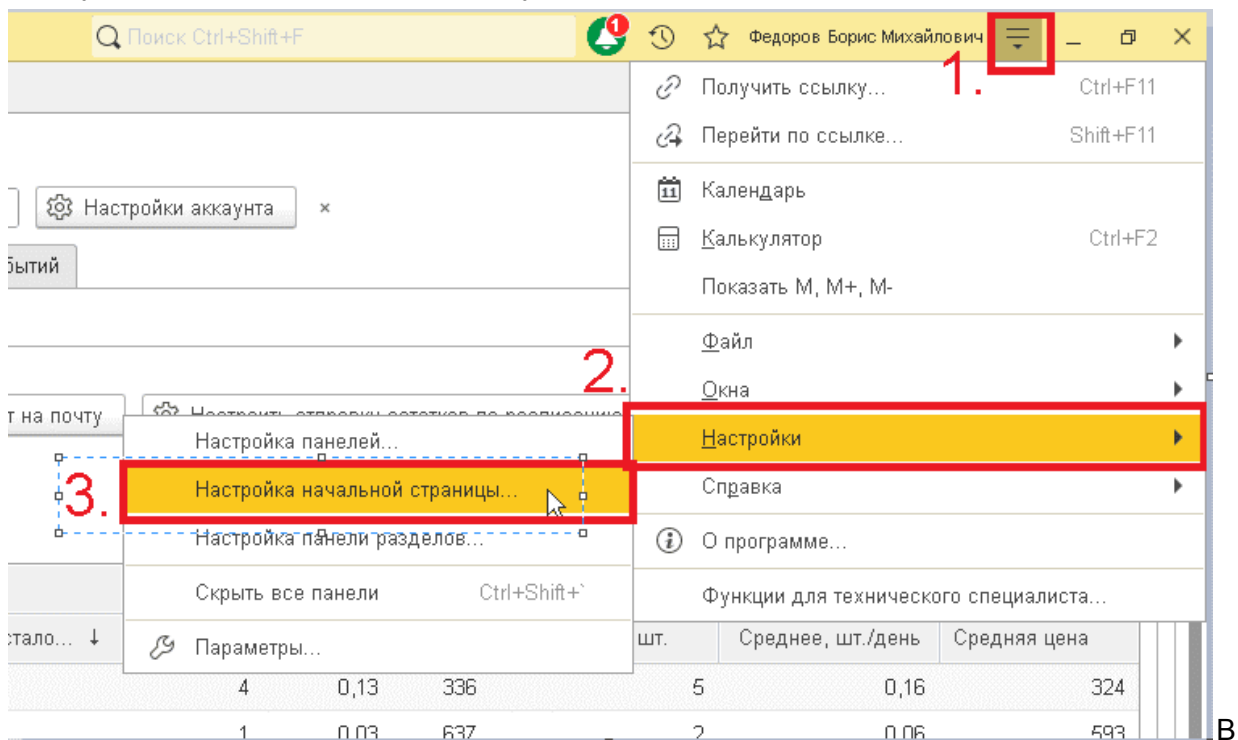
1. **Настройка панели разделов...**

шт.	Среднее, шт./день	Средняя цена		
4	0,13	336		
5	0,16	324		
1	0,03	637		
2	0,06	593		
1	51	1,65	340	
8	0,26	340		
2	8	0,26	349	
20	0,65	323		
1	10	3	0,10	525
1	0,03	525		

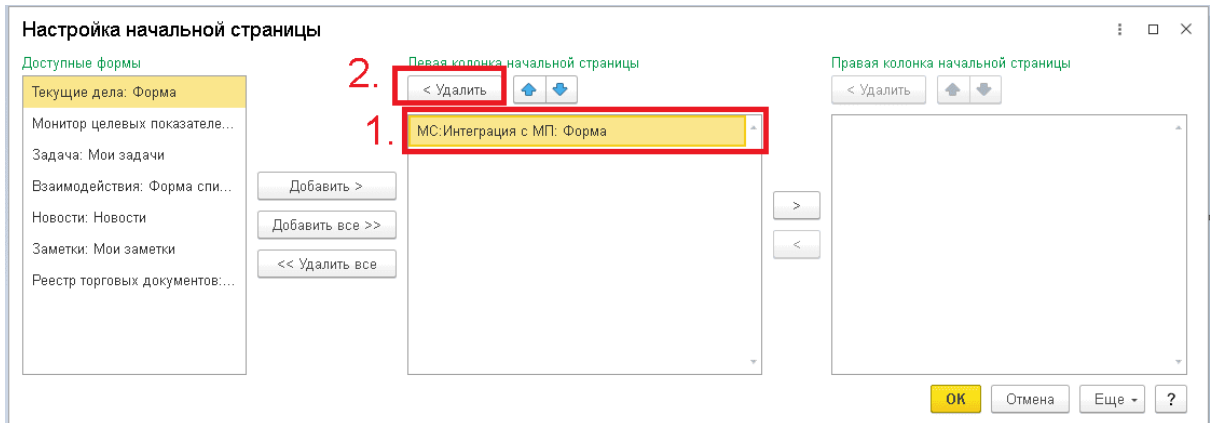
открывшемся окне выберите значение поля **Показывать равное Картинка:**



2. Если для отдельного пользователя не требуется открытие окна модуля интеграции 1С с маркетплейсами на рабочем столе базы 1С, его можно отключить. Для этого также зайдите в меню сверху справа в базе, там выберите пункт **Настройки - Настройка начальной страницы:**

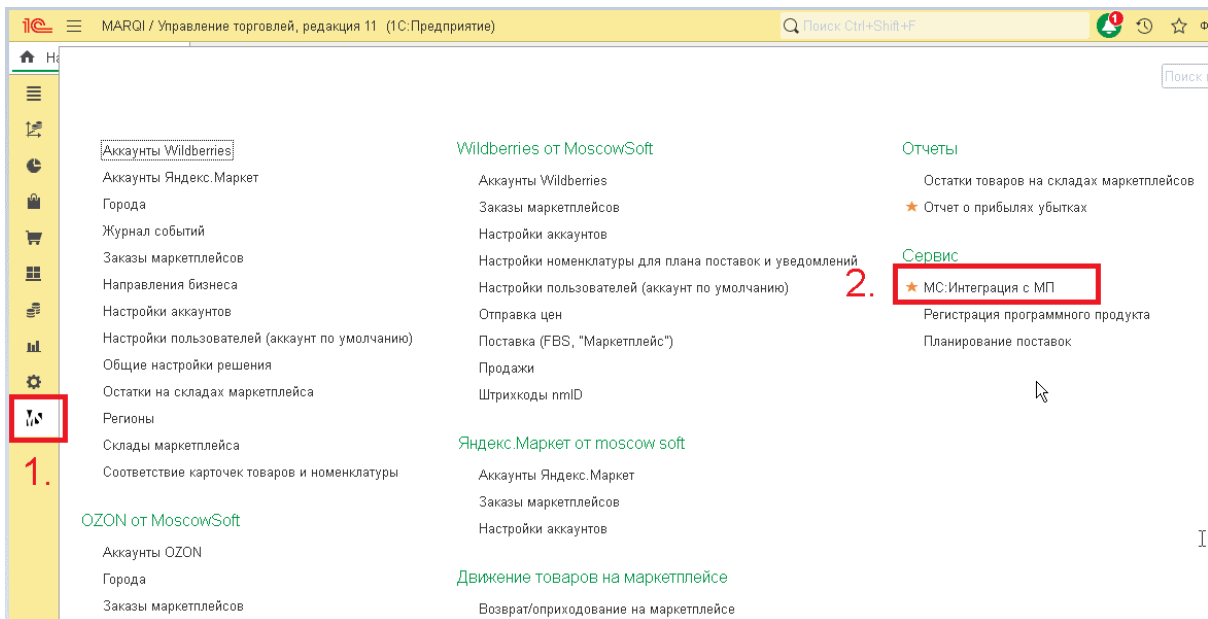


отрывшемся окне выделите пункт **МС:Интеграция с МП: Форма** и нажмите над ним пункт



Удалить:

3. Если такому пользователю в дальнейшем необходимо зайти в главный интерфейс модуля интеграции, ему необходимо нажать на вкладку **МС:Интеграция с маркетплейсами...** и выбрать группе **Сервис** пункт **МС:Интеграция с МП**, как показано на скриншоте:

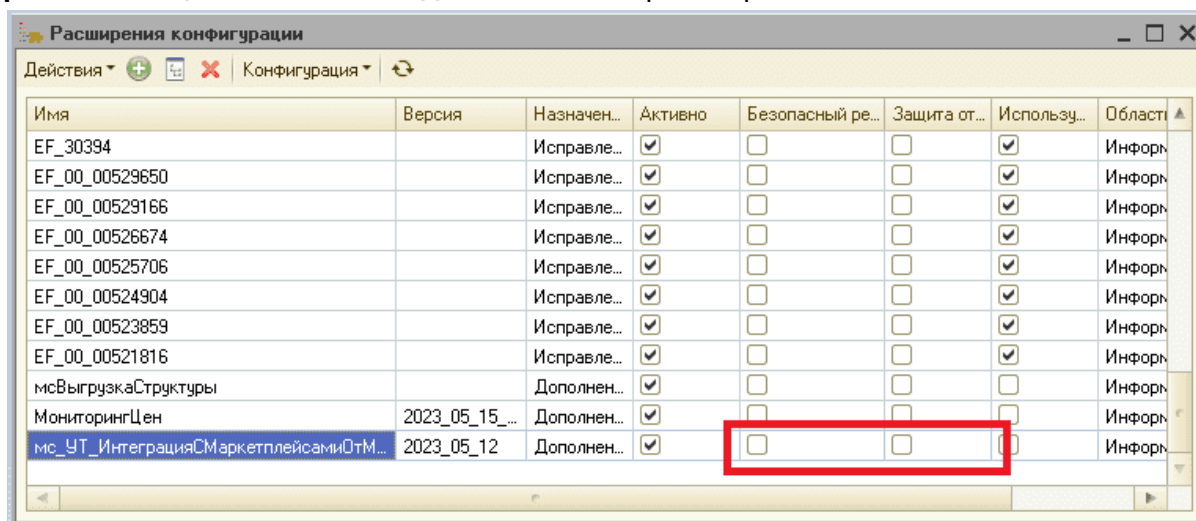


Настройка прав в модуле интеграции с маркетплейсами

Права доступа для пользователей в модуле интеграции 1С с маркетплейсами от MoscowSoft

Ниже приведем инструкцию, как настраивать права для модуля для **УТ 11**. Для **УНФ / КА 2 / ERP 2** настройка будет выполняться аналогично.

1. В списке расширений у строки с модулем должны быть отключены флажки **Безопасный режим** и **Защита от опасных действий**. Смотрите скриншот.

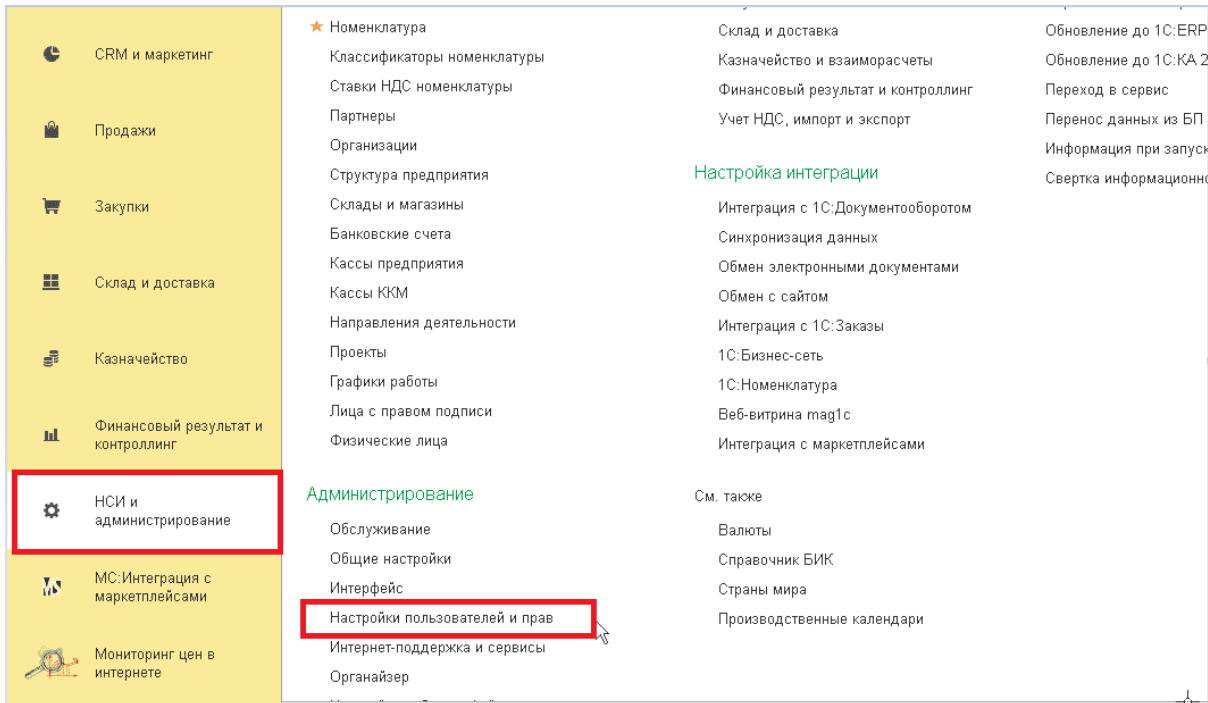


Имя	Версия	Назначен...	Активно	Безопасный ре...	Защита от...	Используй...	Области
EF_30394		Исправле...	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Информ
EF_00_00529650		Исправле...	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Информ
EF_00_00529166		Исправле...	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Информ
EF_00_00526674		Исправле...	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Информ
EF_00_00525706		Исправле...	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Информ
EF_00_00524904		Исправле...	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Информ
EF_00_00523859		Исправле...	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Информ
EF_00_00521816		Исправле...	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Информ
мсВыгрузкаСтруктуры		Дополнен...	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Информ
МониторингЦен	2023_05_15_...	Дополнен...	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Информ
мс_УТ_ИнтеграцияСМаркетплейсамиОтМ...	2023_05_12	Дополнен...	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Информ

2. Пользователю, который работает с модулем, могут быть назначены полные права. В этом случае никакую дополнительную настройку прав проводить не нужно. И данную инструкцию далее вы можете не читать.

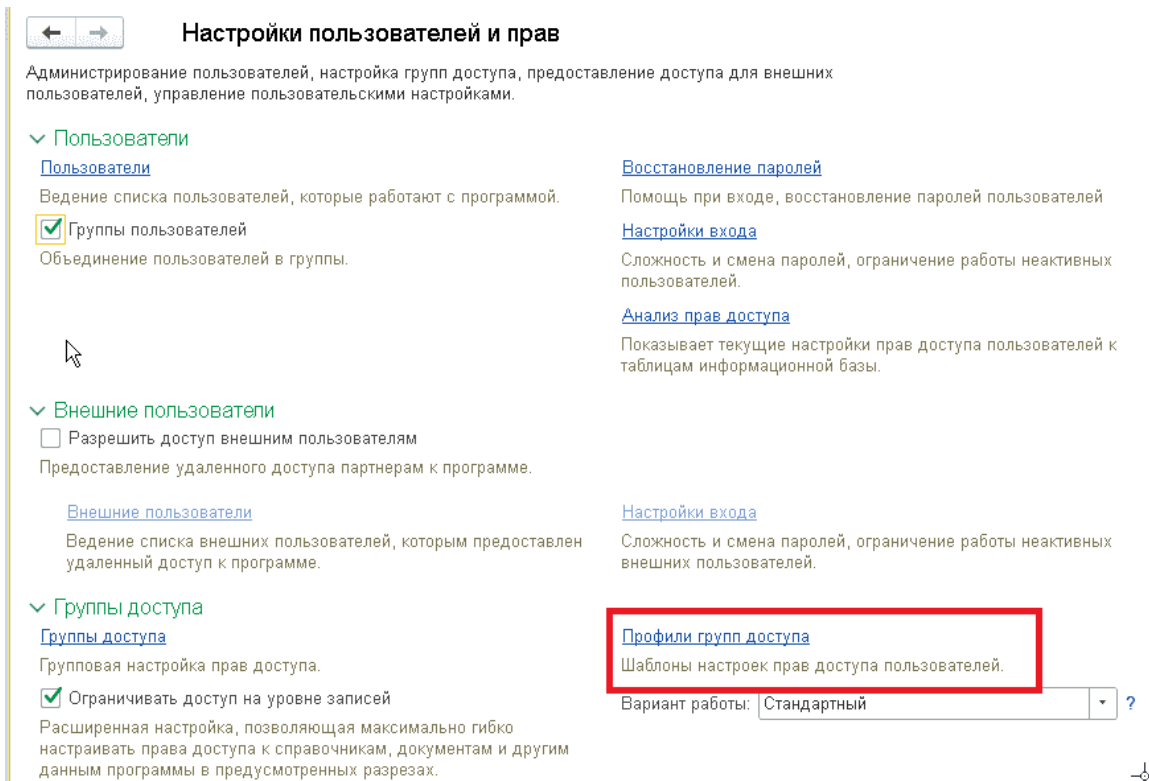
3. Если у пользователя, который работает с модулем, будут не полные права, необходимо сначала выполнить установку модуля ([см. отдельную инструкцию](#)), после этого зайти в базу 1С с установленным модулем интеграции с маркетплейсами под пользователем с полными правами.

В базе перейти на вкладку **НСИ и администрирование - Настройки пользователей и прав:**



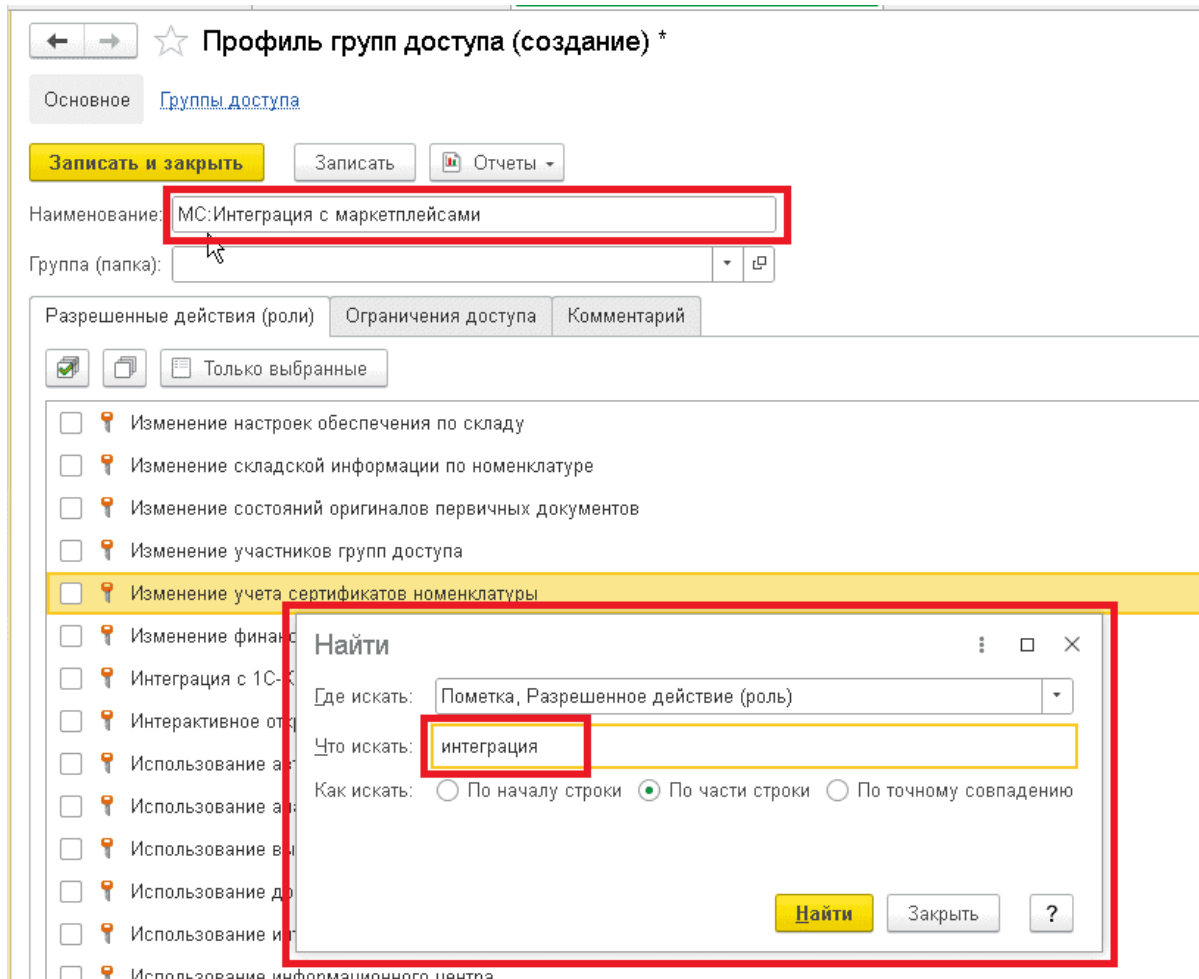
The screenshot shows a software menu with a sidebar on the left and a main content area. The sidebar contains several categories, with 'НСИ и администрирование' highlighted in red. The main content area is divided into three columns. The middle column has 'Администрирование' highlighted in green, and 'Настройки пользователей и прав' is highlighted in red with a mouse cursor pointing to it.

4. Нажать пункт **Профили групп доступа**. В открывшемся списка нажать кнопку **Создать**.



The screenshot shows the 'Настройки пользователей и прав' window. The title bar reads 'Настройки пользователей и прав'. Below the title bar, there is a description: 'Администрирование пользователей, настройка групп доступа, предоставление доступа для внешних пользователей, управление пользовательскими настройками.' The window is divided into several sections. The 'Группы доступа' section is expanded, and 'Профили групп доступа' is highlighted in red. Below it, there is a dropdown menu for 'Вариант работы:' with 'Стандартный' selected.

5. В открывшейся форме в поле **Наименование** написать "МС:Интеграция с маркетплейсами". Далее щелкнуть мышью на любой строке из списка ролей и нажать **Ctrl+F** для открытия формы поиска в списке ролей. В открывшейся форме поиска напишите "интеграция". Нажмите **Найти**.



← → ☆ Профиль групп доступа (создание) *

Основное [Группы доступа](#)

Записать и закрыть Записать Отчеты ▾

Наименование:

Группа (папка):

Разрешенные действия (роли) Ограничения доступа Комментарий

Только выбранные

- Изменение настроек обеспечения по складу
- Изменение складской информации по номенклатуре
- Изменение состояний оригиналов первичных документов
- Изменение участников групп доступа
- Изменение учета сертификатов номенклатуры
- Изменение финансов
- Интеграция с 1С-С
- Интерактивное от
- Использование а
- Использование а
- Использование в
- Использование до
- Использование и
- Использование инф

Найти [Close] [X]

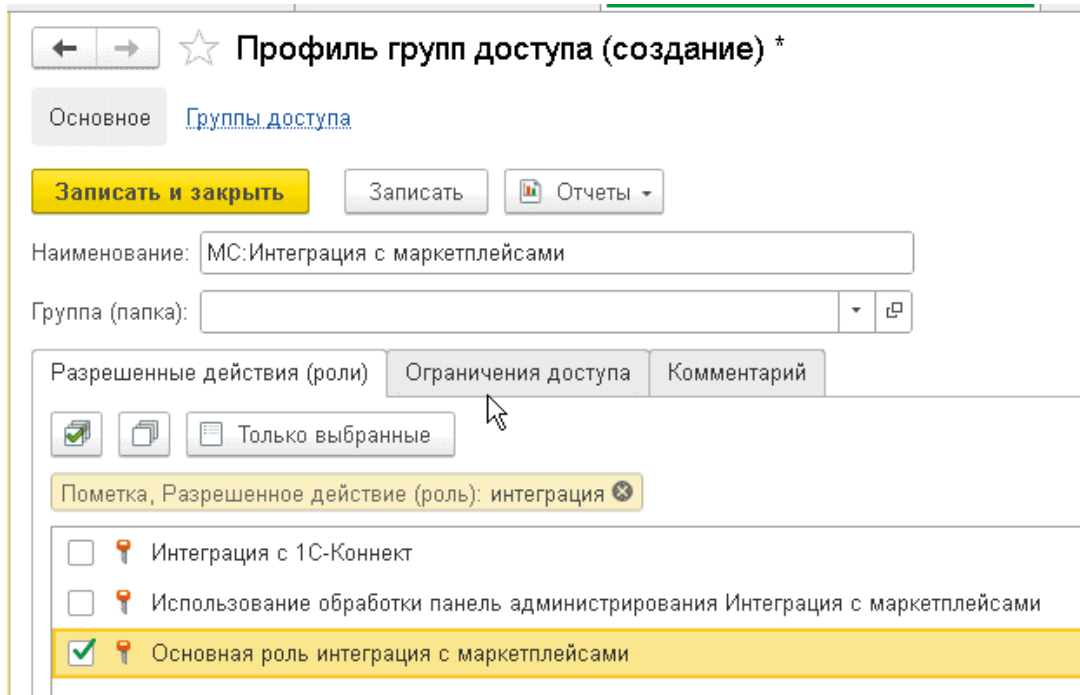
Где искать: Пометка, Разрешенное действие (роль) ▾

Что искать:

Как искать: По началу строки По части строки По точному совпадению

Найти Закрыть ?

6. Включите флажок у пункта "Основная роль интеграция с маркетплейсами". Далее нажмите **Записать и закрыть**.



← → ☆ Профиль групп доступа (создание) *

Основное [Группы доступа](#)

Записать и закрыть Записать Отчеты ▾

Наименование:

Группа (папка):

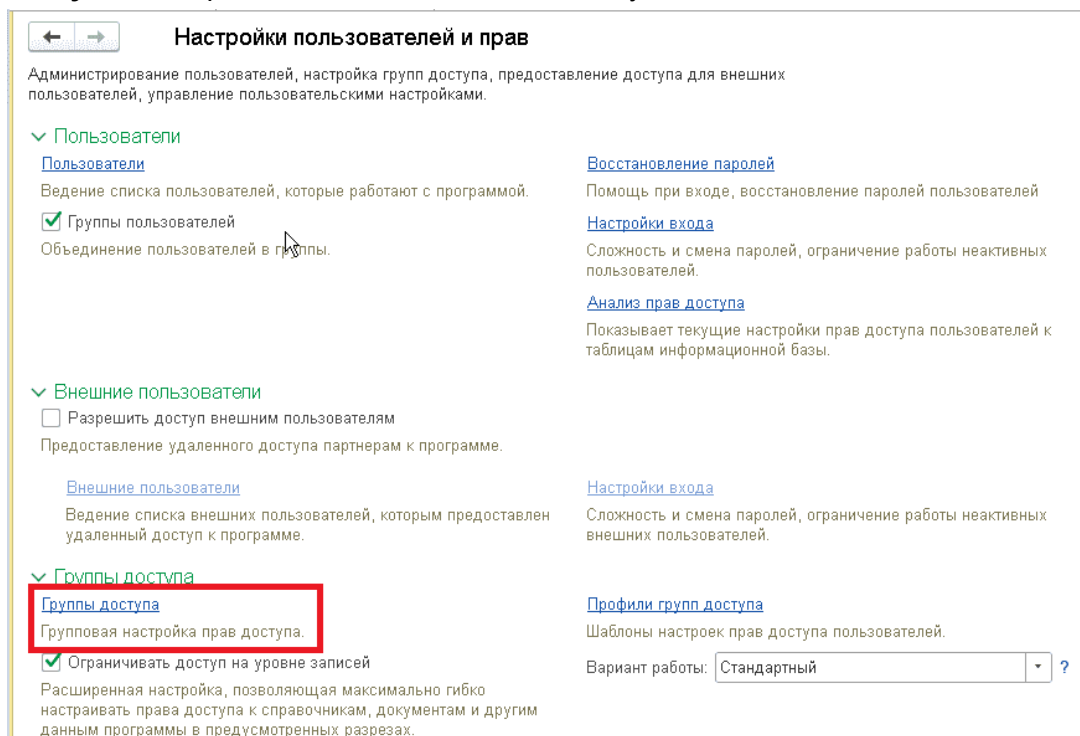
Разрешенные действия (роли) Ограничения доступа Комментарий

Только выбранные

Пометка, Разрешенное действие (роль): интеграция ✕

- Интеграция с 1С-Коннект
- Использование обработки панель администрирования Интеграция с маркетплейсами
- Основная роль интеграция с маркетплейсами

7. Вернитесь в открытое окно **Настройки пользователей и прав** и нажмите ссылку **Группы доступа**. В открывшемся окне нажмите кнопку **Создать**.



← → **Настройки пользователей и прав**

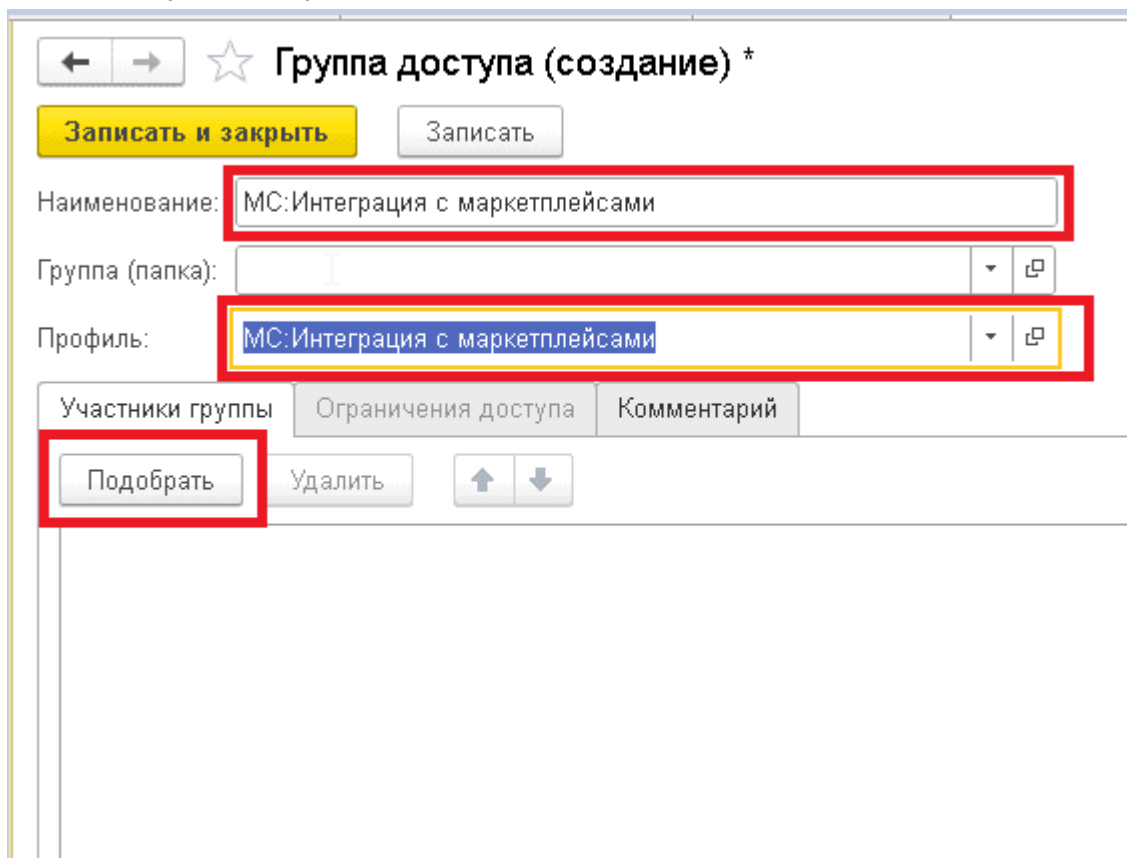
Администрирование пользователей, настройка групп доступа, предоставление доступа для внешних пользователей, управление пользовательскими настройками.

- ✓ **Пользователи**
 - [Пользователи](#)
Ведение списка пользователей, которые работают с программой.
 - [Группы пользователей](#)
Объединение пользователей в группы.
- ✓ **Внешние пользователи**
 - [Разрешить доступ внешним пользователям](#)
Предоставление удаленного доступа партнерам к программе.
 - [Внешние пользователи](#)
Ведение списка внешних пользователей, которым предоставлен удаленный доступ к программе.
- ✓ **Группы доступа**
 - [Группы доступа](#)
Групповая настройка прав доступа.
 - [Ограничивать доступ на уровне записей](#)
Расширенная настройка, позволяющая максимально гибко настраивать права доступа к справочникам, документам и другим данным программы в предусмотренных разрезах.

- [Восстановление паролей](#)
Помощь при входе, восстановление паролей пользователей
- [Настройки входа](#)
Сложность и смена паролей, ограничение работы неактивных пользователей.
- [Анализ прав доступа](#)
Показывает текущие настройки прав доступа пользователей к таблицам информационной базы.
- [Настройки входа](#)
Сложность и смена паролей, ограничение работы неактивных внешних пользователей.
- [Профили групп доступа](#)
Шаблоны настроек прав доступа пользователей.

Вариант работы: ?

8. В открывшейся форме заполните поле **Наименование** значением "МС:Интеграция с маркетплейсами". В поле **Профиль** выберите значение созданного на шаге 6 профиля доступа. После этого нажмите кнопку **Подобрать** для добавления пользователей, имеющих право работать с модулем интеграции с маркетплейсами. После завершения подбора пользователей нажмите кнопку **Записать и закрыть**. Если указанные пользователи в момент настройки уже выполнили вход в базу 1С, им необходимо выйти из 1С и зайти повторно. После этого они увидят в списке вкладок новую вкладку **Интеграция с маркетплейсами от MoscowSoft**.



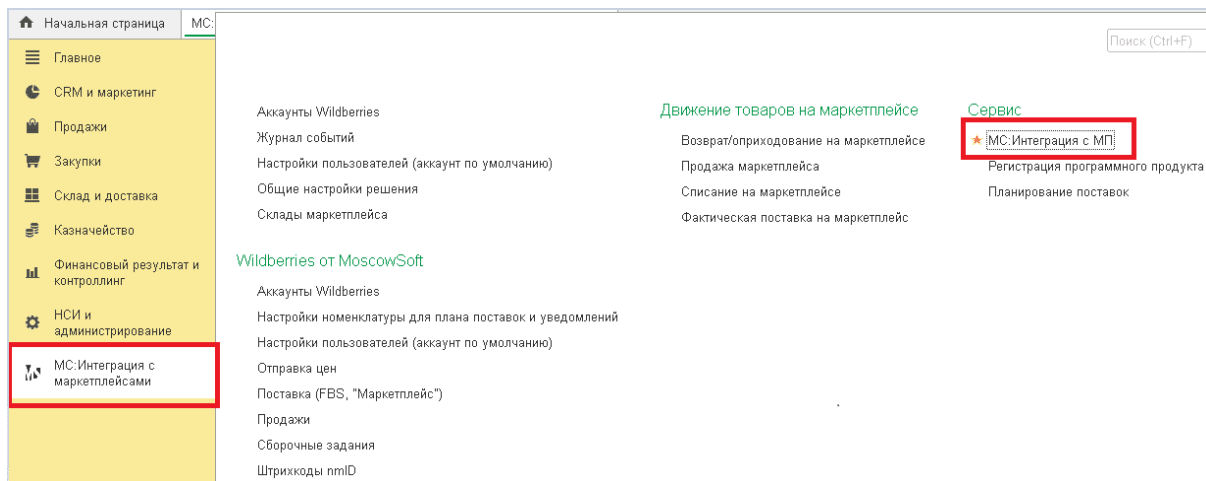
Настройка модуля интеграции 1С с маркетплейсами

Содержание

- [Начальная настройка модуля](#)
- [Общие настройки](#)
- [Регистрация модуля и настройка обновлений](#)
- [Общие настройки](#)
- [Уведомления и расписание](#)
- [Настройки аккаунта](#)
- [Основные настройки](#)
- [Журнал событий](#)
- [Токены API](#)
- [Склады](#)
- [Поля заказов FBS](#)
- [Уведомления](#)
- [Расписание](#)
- [Заключение](#)

Начальная настройка модуля

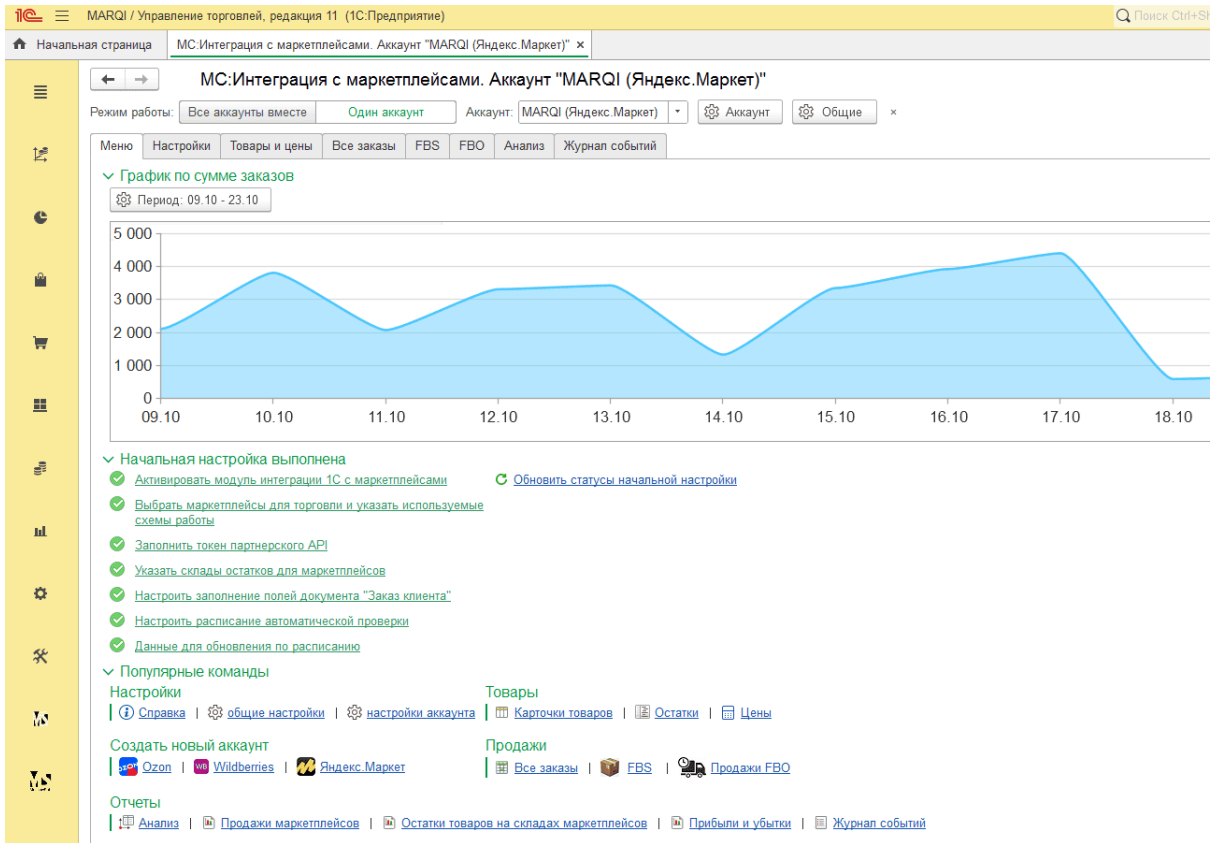
1. Основная работа с модулем интеграции выполняется в обработке "Интеграция с МП". Для ее открытия зайдите во вкладку **МС:Интеграция с маркетплейсами** и нажмите на ссылку **МС:Интеграция с МП**.



The screenshot shows the main interface of the MoscowSoft software. On the left, there is a navigation menu with several categories. The 'МС:Интеграция с маркетплейсами' (MS: Integration with marketplaces) item is highlighted with a red box. The main content area displays various settings and options for the integration module, including sections for 'Wildberries от MoscowSoft' and 'Сервис'. The 'МС:Интеграция с МП' link is also highlighted with a red box in the 'Сервис' section.

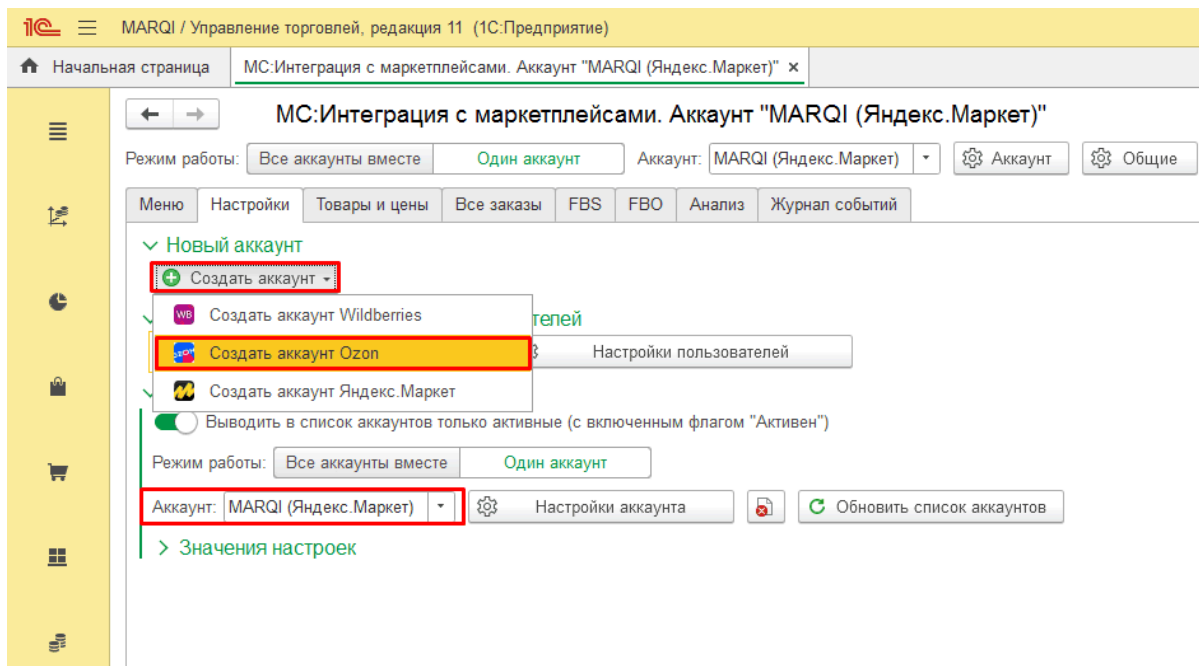
2. На вкладке **Меню** выводится информация "Начальная настройка". В этом меню удобно отслеживать, какие поля уже заполнены в настройках, какие настройки еще требуется заполнить.

Обратите внимание, не все настройки являются обязательными к заполнению.



3. При первом запуске обработки "МС:Интеграция с маркетплейсами" будет автоматически создан новый пустой аккаунт для обмена с маркетплейсом. Если вам нужно настроить обмен с другим маркетплейсом, зайдите на вкладку **Настройки**, нажмите **Создать аккаунт**, выберите

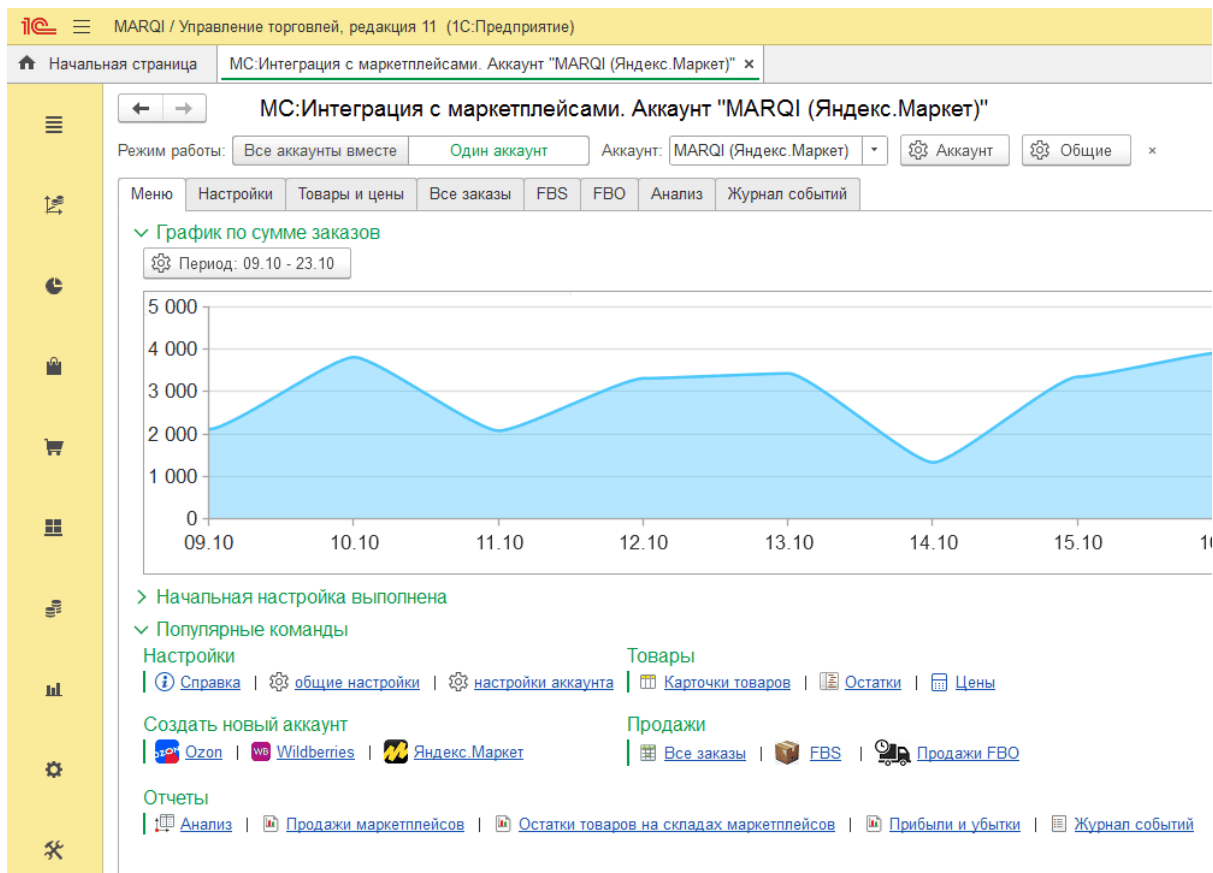
нужный маркетплейс. После создания нового аккаунта выберите его в поле **Аккаунт**.



The screenshot shows the 'MS: Интеграция с маркетплейсами. Аккаунт "MARQI (Яндекс.Маркет)"' interface. The 'Новый аккаунт' section is expanded, showing a list of 'Создать аккаунт' options for Wildberries, Ozon, and Яндекс.Маркет. The 'Ozon' option is highlighted in orange. The 'Аккаунт' dropdown menu is highlighted in red, showing 'MARQI (Яндекс.Маркет)' selected. The 'Режим работы' is set to 'Один аккаунт'.

4. На вкладке **Меню** кроме информации о начальной настройке модуля (информация будет обновляться, если поменять выбранный аккаунт торговли на маркетплейсе) еще выводится информация о поступивших и не обработанных заказах по схеме работы FBS и также выводится

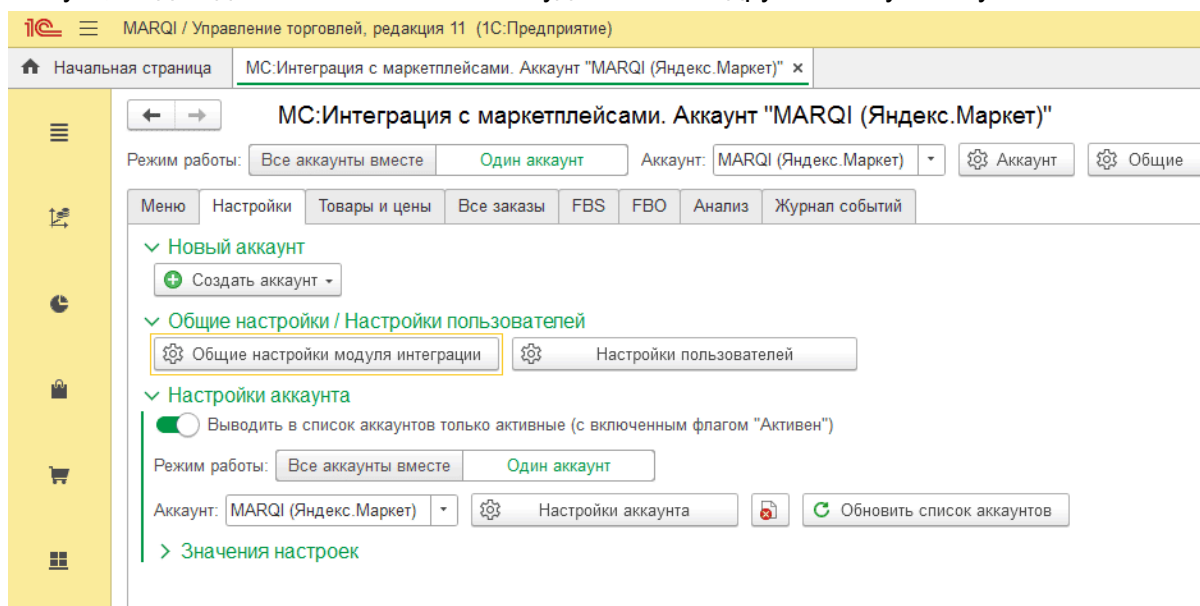
основной меню модуля для быстрого перехода к популярным командам.



The screenshot displays the main interface of the MoscowSoft application. At the top, there is a navigation bar with the company logo and contact information. Below this, a breadcrumb trail shows the current location: "MARQI / Управление торговлей, редакция 11 (1С:Предприятие)". The main content area features a navigation menu on the left and a central panel. The central panel is titled "МС:Интеграция с маркетплейсами. Аккаунт 'MARQI (Яндекс.Маркет)'" and includes a "Режим работы:" dropdown set to "Один аккаунт" and an "Аккаунт:" dropdown set to "MARQI (Яндекс.Маркет)". Below this, there is a "Меню" section with tabs for "Настройки", "Товары и цены", "Все заказы", "FBS", "FBO", "Анализ", and "Журнал событий". The "Настройки" tab is active, showing a "График по сумме заказов" (Order sum chart) for the period "09.10 - 23.10". The chart shows a fluctuating line representing order volume over time. Below the chart, there are several sections: "Начальная настройка выполнена" (Initial setup completed), "Популярные команды" (Popular commands), "Настройки" (Settings) with links for "Справка", "общие настройки", "настройки аккаунта", "Карточки товаров", "Остатки", and "Цены"; "Создать новый аккаунт" (Create new account) with links for "Ozon", "Wildberries", and "Яндекс.Маркет"; "Продажи" (Sales) with links for "Все заказы", "FBS", and "Продажи FBO"; and "Отчеты" (Reports) with links for "Анализ", "Продажи маркетплейсов", "Остатки товаров на складах маркетплейсов", "Прибыли и убытки", and "Журнал событий".

5. На вкладке **Настройки** есть возможность создать новый аккаунт для обмена данными с маркетплейсами (см. п. 3), также можно перейти в общие настройки модуля (эти настройки одинаковые для всех аккаунтов). Дополнительно можно перейти в настройки текущего аккаунта или в настройки пользователей. При переходе в настройки пользователей можно указать аккаунт по умолчанию, с которым работает данный пользователь. Этот аккаунт будет выбираться автоматически при входе в базу 1С данного пользователя. Если в процессе работы поменять

аккаунт, то для данного пользователя будет записан другой аккаунт по умолчанию.



6. Общие настройки модуля (одинаковые для всех аккаунтов) можно открыть на вкладке **Настройки**. Общие настройки разделены на несколько разделов. На первой вкладке можно выбрать используемые маркетплейсы и схемы работы. Часть маркетплейсов может находиться в разработке, но список постоянно расширяется. При отключении ползунка использования маркетплейсов не получится создать новые аккаунты для обмена с данным маркетплейсом, а старые станут неактивными.

☆ Общие настройки решения

[Записать и закрыть](#)[Записать](#)[✕ Закрыть](#)

 Модуль зарегистрирован. Подписка на обновления действует до 18 июня 2025 г. [▶ Продлить подписку](#)

[Маркетплейсы, схемы работы](#)[Регистрация](#)[Обновление](#)[Уведомления](#)[Расписание](#)[Учет прибыли](#) Используется схема FBO Используется схема FBS Используется схема DBS (в разработке)

Маркетплейсы

 Использовать интеграцию Wildberries Использовать интеграцию OZON Использовать интеграцию Яндекс.Маркет Использовать интеграцию СберМегаМаркет (в разработке)

После изменения настроек используемых маркетплейсов необходимо перезапустить сеанс 1С

Общие настройки

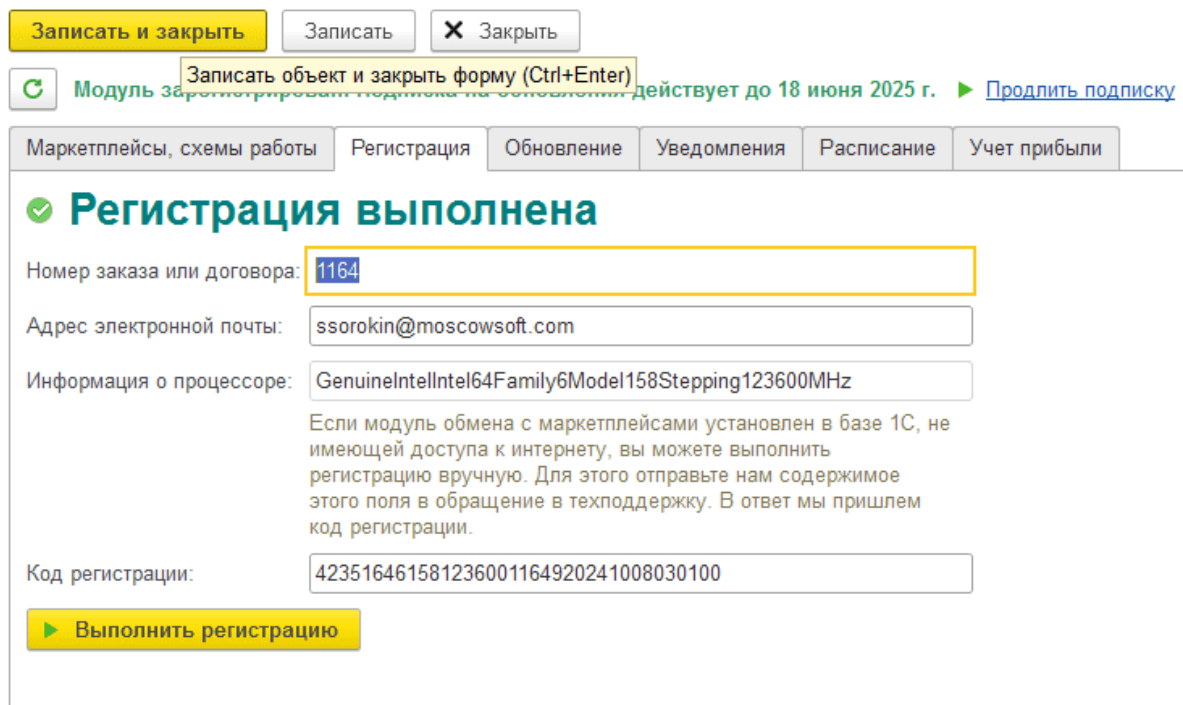
С уважением,
команда компании
MoscowSoft

Регистрация модуля и настройка обновлений

1. **Общие настройки - Регистрация модуля.** По условиям лицензирования модуль обмена 1С с маркетплейсами от MoscowSoft может быть установлен на одной базе 1С. Количество аккаунтов на маркетплейсах и количество пользователей, работающих в модуле обмена не ограничены. При работающем доступе в интернет в базе 1С регистрация модуля обмена выполняется быстро и просто - достаточно заполнить номер договора покупки модуля обмена (или номер заказа на Инфостарте, если покупка была на Инфостарте оформлена), а также адрес электронной почты, с которого вы оформляли заказ. После заполнения этих двух полей нужно нажать кнопку **Выполнить регистрацию**. Будет заполнен код регистрации. Нужно нажать кнопку **Записать и закрыть** или **Записать**. Код регистрации будет записан, в будущем ничего делать не потребуется.

В случае, если на компьютере, где установлена база 1С с модулем обмена, нет доступа к интернету, порядок действий будет следующий: необходимо написать обращение в техподдержку по адресу support@moscowsoft.com с указанием номера договора покупки, адресом электронной почты, а также содержимым поля **Информация о процессоре**. В ответном письме мы вручную пришлем вам код регистрации. Его нужно будет вручную внести в поле **Код регистрации**. После этого нужно будет сохранить настройки.

☆ Общие настройки решения



The screenshot shows a web interface for registration. At the top, there are three buttons: "Записать и закрыть" (highlighted in yellow), "Записать", and "X Закрыть". Below them is a notification: "Модуль за... действует до 18 июня 2025 г. ► Продлить подписку". A navigation bar contains tabs: "Маркетплейсы, схемы работы", "Регистрация" (active), "Обновление", "Уведомления", "Расписание", and "Учет прибыли". The main heading is "Регистрация выполнена" with a green checkmark. The form contains the following fields:

- Номер заказа или договора: 1164
- Адрес электронной почты: ssorokin@moscowsoft.com
- Информация о процессоре: GenuineIntelIntel64Family6Model158Stepping123600MHz
- Код регистрации: 423516461581236001164920241008030100


Below the fields is a yellow button: "► Выполнить регистрацию".

2. **Общие настройки - Обновление.** На вкладке **Обновление** находятся настройки автоматического обновления нашего модуля. Этот функционал по состоянию на начало 2023 года находится в разработке. О сроках готовности при вашей заинтересованности можете уточнить в

техподдержке по адресу support@moscowsoft.com.

☆ Общие настройки решения

[Записать и закрыть](#)[Записать](#)[✕ Закрыть](#)

 Модуль зарегистрирован. Подписка на обновления действует до 18 июня 2025 г. [▶ Продлить подписку](#)

[Маркетплейсы, схемы работы](#)[Регистрация](#)[Обновление](#)[Уведомления](#)[Расписание](#)[Учет прибыли](#)

Данный функционал находится в разработке

Автоматически устанавливать обновления (в разработке)


Разрешить подключение к сервису новостей и информации об обновлениях решения или исправленных ошибках

Уведомления и расписание

1. **Общие настройки - Уведомления.** На вкладке **Уведомления** указываются общие настройки уведомлений. Во-первых, токен для сервиса sms.ru, во-вторых, учетная запись электронной почты, от имени которой будут отправляться уведомления. Эти настройки также действуют на все аккаунты маркетплейсов. В самих аккаунтах вы сможете уже настроить необходимость и способ и периодичность отправки уведомлений. Также можно в каждом аккаунте настроить, в каких ситуациях нужно отправлять уведомления. Сервис sms.ru выбран для отправки смс по причине низких цен, а также из-за того, что десять смс каждый день на ваш собственный номер телефона можно отправлять бесплатно.

☆ Общие настройки решения *

[Записать и закрыть](#)[Записать](#)[✕ Закрыть](#)

 Модуль зарегистрирован. Подписка на обновления действует до 18 июня 2025 г. [▶ Продлить подписку](#)

[Маркетплейсы, схемы работы](#)[Регистрация](#)[Обновление](#)[Уведомления](#)[Расписание](#)[Учет прибыли](#)

Отправку уведомлений можно включить в настройках аккаунтов.
На этой вкладке можно заполнить общие параметры отправки уведомлений

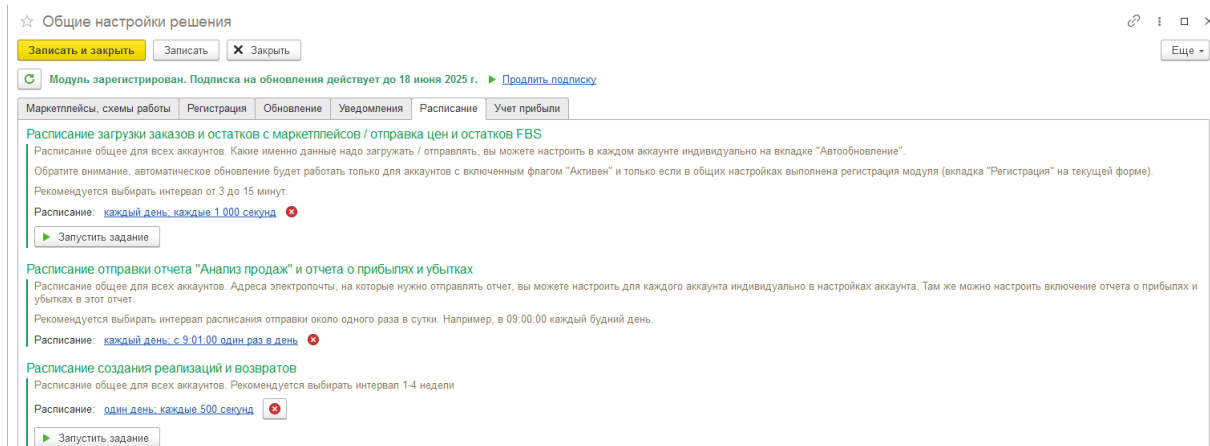
Токен sms.ru:

Учетная запись электронной почты:

2. **Общие настройки - Расписание.** На вкладке **Расписание** настраивается периодичность выполнения автоматических команд для каждого активного аккаунта маркетплейса. То есть расписание одно общее на все маркетплейсы, но необходимость выполнения разных команд настраивается уже внутри каждого аккаунта индивидуально. Также можно запустить выполнение заданий по всем активным аккаунтам вручную. Для этого можете нажать кнопку **Запустить**

С уважением,
команда компании
MoscowSoft

задание. В момент записи расписания регламентного задания в текущей базе 1С создается новая обработка в списке дополнительных внешних обработок и отчетов и для нее устанавливается расписание автоматического запуска. То есть для выполнения регламентных заданий мы используем стандартный функционал базы 1С (функционал из БСП).



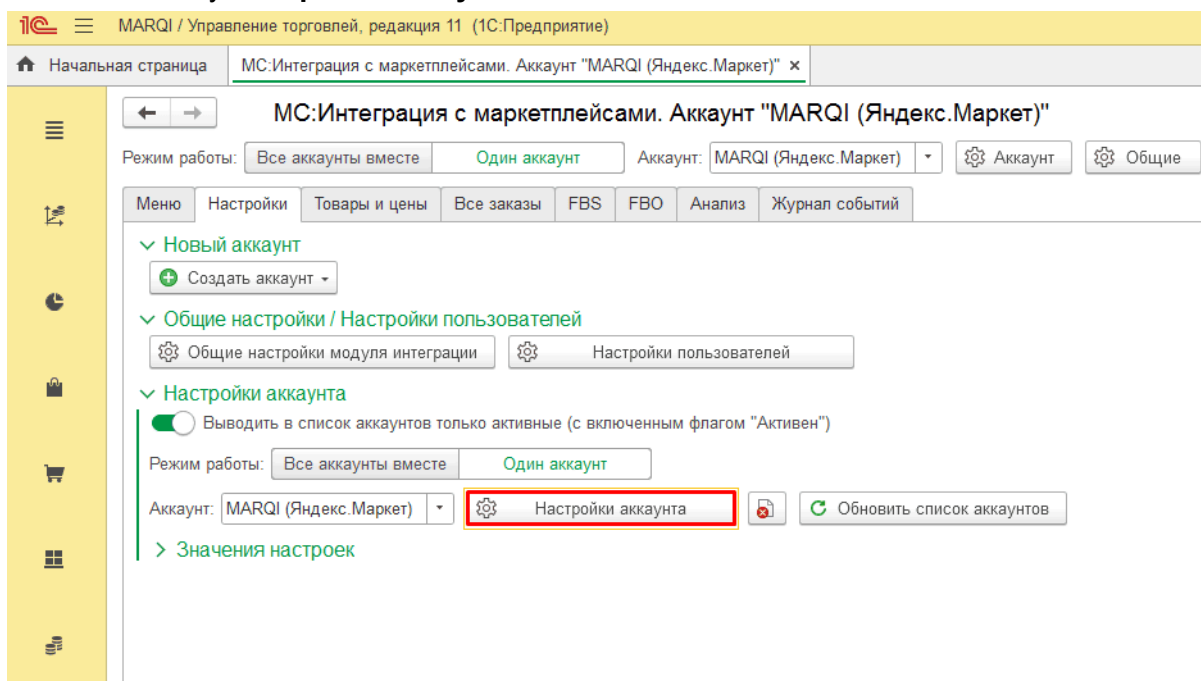
На этом

рассмотрение общих настроек модуля обмена мы с вами завершили. Перейдем к настройкам аккаунта.

Настройка аккаунта

Основные настройки

1. Вернитесь в форму обработки "МС:Интеграция с МП". Перейдите на вкладку **Настройки**. Нажмите кнопку **Настройки аккаунта**.



2. Для разных маркетплейсов форма настроек аккаунта может отличаться, могут присутствовать специфические настройки, актуальные только для конкретного маркетплейса. На скриншотах ниже будет рассказ про настройку аккаунта для торговли на Wildberries. Разберем настройки на вкладке **Основные**.

☆ Настройки аккаунта "MARQI (Яндекс.Маркет)"

[Записать и закрыть](#) [Записать](#)

Аккаунт: Маркетплейс:

Основные | Токены | FBS | Уведомления / Отчеты | Цены | Автообновление | Расчет поставок | Журнал событий

Активен ?

Использовать характеристики

Использовать сложное соответствие номенклатуры ?

Автоматически создавать в 1С номенклатуру из новых заказов на маркетплейсах ?

Направление бизнеса:

Поле сопоставления номенклатуры:

Представьте ситуацию, у вас часть аккаунтов на маркетплейсах торгуют одеждой, а часть - ароматическими свечами. В этом случае в окне анализа продаж ассортимент этих магазинов лучше не смешивать. Укажите у них разное значение направления бизнеса и эта задача будет решена

Реквизит, по которому будет происходить поиск элемента справочника "Номенклатура" при загрузке карточек из маркетплейса. По умолчанию "Артикул"

☆ Настройки аккаунта "MARQI (Яндекс.Маркет)"

[Записать и закрыть](#) [Записать](#)

Аккаунт: Маркетплейс:

Основные | Токены | FBS | Уведомления / Отчеты | Цены | Автообновление | Расчет поставок | Журнал событий

[Настроить расписание ?](#)

Дата начала проверки заказов: Ранее этой даты документы "Заказ клиента" в 1С создаваться не будут

Загружать заказы по расписанию

Отправлять цены и скидки по расписанию

Загружать остатки по FBO по расписанию

Отправлять остатки FBS по расписанию

Отправлять на маркетплейс остаток "0" по FBS, когда есть остаток FBO ?

Создавать заказы клиентов по расписанию

Создавать документ "Реализация"/"Передача на комиссию" Дата начала создания реализаций:

Создавать возвраты клиентов по расписанию Дата начала создания возвратов от клиентов:

Активен - отвечает за возможность запуска автоматических регламентных заданий. На самом деле вручную многие команды также не будут работать, если эта настройка будет отключена.

Создавать в 1С номенклатуру из новых заказов - если настройка включена, то при загрузке заказов данного аккаунта в базе 1С будут также истраться/создаваться элементы справочников

"Номенклатура" и "Номенклатура контрагентов". Поиск в справочнике "Номенклатура" выполняется по артикулу. Поиск в справочнике "Номенклатура контрагентов" выполняется по идентификатору и аккаунту. Для маркетплейса Wildberries свойство карточки товара nmId должно совпадать с полем "Идентификатор" в элементе справочника "Номенклатура контрагентов". Для маркетплейса Ozon свойство карточки товара product_id (или sku в некоторых запросах) должно совпадать с полем "Идентификатор" в элементе справочника "Номенклатура контрагентов". Если настройка отключена, документ "Заказ клиента" в базе 1С для ненайденных товаров создаваться не будет (т.к. иначе он бы создавался с пустыми строками). Для чего наш модуль обмена использует справочник "Номенклатура контрагентов", вы можете прочитать в отдельной статье.

Лист подбора выводить вместе с картинкой товара - при работе с поставкой по схеме FBS вы выбираете заказы, которые хотите отправить в данной поставке. После этого кладовщик должен собрать, упаковать товары для поставки и промаркировать их. Так вот искать товары на складе удобнее по распечатанному перечню. В нашем модуле есть возможность распечатать такой документ. Настройка "Лист подбора выводить вместе с картинкой товара" отвечает за то, надо ли вместе для каждого товара выводить его основную картинку в печатную форму листа подбора.

Разрешить быстрое редактирование остатков 1С - эта настройка касается схемы работы FBS. При работе по этой схеме надо передавать на маркетплейс остатки товаров на своих складах, которые хотите продавать. В настройках модуля есть вкладка "Склады", там необходимо перечислить склады, остатки с которых передаются. В самом модуле обмена на вкладке "Номенклатура" - "Остатки" есть команда отправки текущих остатков из 1С на маркетплейс как остатков по схеме FBS. Эта же команда может автоматически регулярно выполняться по расписанию. Иногда бывает необходимость остатки по данным 1С быстро изменить. Сделать это можно с помощью специальных документов "Оприходование товаров" или "Списание товаров". Для более быстрого редактирования остатков в 1С, которые потом будут отправляться в маркетплейс, можно менять значения вручную прямо в таблице на вкладке "Номенклатура" - "Остатки". Если хотите разрешить себе такое быстрое редактирование остатков в 1С, то включите данную настройку в аккаунте.

Отправлять "0" остаток по FBS, когда есть остаток по FBO - эта настройка касается ситуаций, когда ваша компания работает по схемам FBO и FBS одновременно. Предположим, что у товара есть остаток на складе маркетплейса (то есть для продажи по схеме FBO). Также этот товар есть у вас на собственном складе, и вы эту информацию отразили в 1С. По умолчанию наш модуль передаст остаток по FBS на маркетплейс. И теоретически в определенных ситуациях может прийти заказ по схеме FBS в ситуации, когда остаток этого товара есть на складе маркетплейса (остаток по FBO). Такое бывает, если географически склад маркетплейса от заказчика находится дальше, чем ваш склад FBS. Решайте самостоятельно, нужна ли вам данная опция.

Способ создания заказов При работе по схеме FBS наш модуль умеет создавать документ "Заказ клиента" отдельный для каждого поступившего заказа, либо может группировать их. Группировка может быть удобна для того, чтобы не создавать каждый день в 1С огромное количество документов. Ведь заказов каждый день могут быть и сотни штук. Доступны следующие настройки: "не создавать", "каждый заказ в отдельный документ", "все новые заказы в отдельный документ", "общий документ до создания поставки". Первые два варианта настроек интуитивно понятны, расскажем подробнее про две последние настройки. "Все новые заказы в отдельный документ" - каждый раз в момент проверки новых заказов (по расписанию автоматически или

вручную) все заказы будут добавлены в один документ "Заказ клиента". То есть такой документ будет создаваться общий для каждой итерации проверки заказов.

Общий документ до создания поставки - пока заказы маркетплейсов не будут переведены в статус "на сборке" (в личном кабинете маркетплейса или в процессе добавления к поставке FBS в нашем модуле обмена), они будут добавляться к одному документу "Заказ клиента" в 1С. После создания поставки FBS новые заказы маркетплейса начнут добавляться к новому документу "Заказ клиента" в 1С.

☆ Настройки аккаунта "MARQI (Яндекс.Маркет)"

Записать и закрыть

Записать

Аккаунт: MARQI (Яндекс.Маркет)

Маркетплейс:

Основные	Токены	FBS	Уведомления / Отчеты	Цены	Автообновление	Расчет поставок	Журнал событий
Основные настройки	Поля документа "Заказ клиента"	Склады	Склады маркетплейса				
Создание заказов FBS / DBS							
Обратите внимание, для каждого заказа по схеме DBS в 1С всегда будет создаваться отдельный документ "Заказ клиента"							
Способ создания заказов:		Общий документ до создания поставки и реализации					
Ограничивать создание заказов по дате отгрузки:		Не создавать Каждый заказ в отдельный документ Все новые заказы в один документ (при каждой проверке создавать один общий документ "Заказ клиента") Общий документ до создания поставки и реализации					
Организация:	Управленческая организа						
Клиент:	Яндекс						
Контрагент:	Яндекс						
Склад:	Склад для маркетплейсов						
Договор:	Озон и Упр. организация						
Хозяйственная операция:							
<input type="checkbox"/> Нужно типовое соглашение							
Соглашение:	Упр. организация и Яндекс						

Вид цен - установленные в 1С для элементов справочника "Номенклатура" значения данного вида цен будут передаваться в маркетплейс как цена продажи товара.

Журнал событий

Настройки аккаунта - Журнал событий. Перейдем на вкладку "Журнал событий". Наш модуль может записывать все события своей работы, сохранять в одном списке все ошибки. Ведение журнала событий можно гибко настроить.

Вести журнал событий - если настройку отключить, записи журнала событий создаваться не будут. Обратите внимание, все записи о работе модуля будут все равно подробно сохраняться в журнал регистрации текущей базы 1С.

Записывать только ошибки и ручные записи - для автоматических запусков команд по расписанию не будут сохраняться записи в журнал событий, если не возникали ошибки. Будут сохраняться только события, запущенные вручную, либо ошибки.

Количество дней хранения записей журнала событий - можно указать, за какой период хотите хранить записи журнала.

Токены API

Подробную инструкцию по выпуску токена можете изучить на отдельной странице [Выпуск токена для доступа к API на примере Wildberries](#).

Для других маркетплейсов токен точно также надо выпустить и заполнить в настройках аккаунта, но порядок действий в личном кабинете селлера будет другой.

Склады

Настройки аккаунта - Склады. В настройках аккаунта перейдите на вкладку **Склады**. Первая настройка здесь "Склад маркетплейса автоматического обновления остатков". Эта настройка относится к схеме работы FBS. По этой схеме маркетплейсу передается информация о списке своих складов, остатки с которых планируете продавать по FBS. Наш модуль обмена автоматически по данным из 1С может передавать изменения остатков товаров. Но для этого ему надо знать, на каком именно складе из списка складов для маркетплейса нужно обновлять остатки. Повторим еще раз. Это склады для маркетплейса, не склады по данным базы 1С. Очень часто список собственных складов FBS для маркетплейса будет дублировать список складов в 1С.

☆ Настройки аккаунта "MARQI (Яндекс.Маркет)"

Аккаунт: Маркетплейс:

Основные | Токены | FBS | Уведомления / Отчеты | Цены | Автообновление | Расчет поставок | Журнал событий

Основные настройки | Поля документа "Заказ клиента" | Склады | Склады маркетплейса

Выберите склады 1С, остатки которых будут передаваться маркетплейсу, как остатки по схеме работы FBS (для Wildberries схема называется "Маркетплейс")

Склад	Склад маркетплейса
Склад для маркетплейсов	MARQI-FBS

Ниже находится список складов 1С. Именно сумма остатков на всех складов из этого перечня будет отправляться в маркетплейс как ваши общие остатки по схеме FBS.

Поля заказов FBS

Настройки аккаунта - Поля заказов FBS. Перейдите на форме настроек аккаунта на вкладку **Поля заказов FBS**. На этой вкладке необходимо заполнить значения, которые будут заполняться в документах "Заказ клиента" в 1С по заказам, поступающим из маркетплейса. Обратите внимание, можно указать либо индивидуальное соглашение с партнером, либо любое из типовых

соглашений. Для управления этим есть переключатель.

☆ Настройки аккаунта "MARQI (Яндекс.Маркет)"

Записать и закрыть

Записать

Аккаунт: MARQI (Яндекс.Маркет)

Маркетплейс:

Основные	Токены	FBS	Уведомления / Отчеты	Цены	Автообновление	Расчет поставок	Журнал событий
Основные настройки	Поля документа "Заказ клиента"	Склады	Склады маркетплейса				
Создание заказов FBS / DBS							
Обратите внимание, для каждого заказа по схеме DBS в 1С всегда будет создаваться отдельный документ "Заказ клиента"							
Способ создания заказов:		Общий документ до создания поставки и реализации					
Ограничивать создание заказов по дате отгрузки:		Не ограничивать					
Организация:	Управленческая организация						
Клиент:	Яндекс						
Контрагент:	Яндекс						
Склад:	Склад для маркетплейсов						
Договор:	Озон и Упр. организация						
Хозяйственная операция:							
<input type="checkbox"/>	Нужно типовое соглашение						
Соглашение:	Упр. организация и Яндекс						

Уведомления

Настройки аккаунта - Уведомления. Обращаю внимание, что общие настройки уведомлений (токен сервиса sms.ru и учетная запись электронной почты для отправки уведомлений) находятся в общих настройках. См. п. 10 текущей инструкции по настройке. Разберем настройки уведомлений по аккаунту, доступные на этой странице.

Дата начала проверки заказов - в 1С не будут загружаться заказы на маркетплейсе ранее этой даты. Настройка очень важна, если ее не заполнить текущей датой в момент первичной настройки модуля, вам могут прийти сотни уведомлений о заказах за прошлые дни.

Уведомлять о новых заказах по смс - включите, если нужны уведомления по смс о новых заказах. Помните, что токен сервиса sms.ru должен быть заполнен в общих настройках.

Получатели уведомлений по смс через запятую - укажите номера телефонов в международном формате (то есть для России начиная с "+7") через запятую.

Уведомлять о новых заказах по электронной почте - включите, если нужны уведомления по электронной почте. Помните, что аккаунт электронной почты с включенной настройкой, разрешающей отправку писем, должен быть у вас указан в общих настройках.

Получатели уведомлений по электронной почте через запятую - перечислите через запятую адреса ящиков электронной почты тех, кто должен получать уведомления о новых заказах.

☆ Настройки аккаунта "MARQI (Яндекс.Маркет)"

Записать и закрыть

Записать

Аккаунт:

Маркетплейс:

Основные	Токены	FBS	Уведомления / Отчеты	Цены	Автообновление	Расчет поставок	Журнал событий
----------	--------	-----	----------------------	------	----------------	-----------------	----------------

Новые заказы

Уведомлять о новых заказах FBS по СМС

Получатели уведомлений по СМС через запятую:

Уведомлять о новых заказах FBS по электронной почте

Получатели уведомлений по электронной почте через запятую:

Отчет о результатах на электронную почту

Расписание отправки отчета ?

Отправлять отчет "Анализ продаж" (содержит рекомендации по количеству товаров в поставках)

Адреса почты для отчета об остатках товаров:

Включать в отчет прибыль в разрезе статей прибылей и убытков

Предупреждать что остатка товара осталось менее чем на количество дней: "0" означает - "не предупреждать"

Расписание

Настройки аккаунта - Расписание. На форме настроек аккаунта перейдите на вкладку **Расписание**. На этой странице вы включаете ползунки у тех данных, которые хотите автоматически по расписанию отправлять на маркетплейс, либо по расписанию получать от маркетплейсах. Будьте внимательны, может оказаться, что на первое время вы не хотите, чтобы остатки FBS отправлял модуль автоматически и/или чтобы цены обновлялись тоже с помощью нашего модуля для интеграции 1С и маркетплейсов. В этом случае указанные настройки следует отключить. А получение заказов по расписанию нужно включить. Также на данной странице есть кнопка **Настроить расписание**. По ее нажатию откроются общие настройки модуля. Если поменять там периодичность запуска обмена с маркетплейсами, эта настройка применится для всех аккаунтов маркетплейсов. Помните, что эта настройка общая для всех маркетплейсов.

☆ Настройки аккаунта "MARQI (Яндекс.Маркет)"

Аккаунт: Маркетплейс:

?

Дата начала проверки заказов: Ранее этой даты документы "Заказ клиента" в 1С создаваться не будут

Загружать заказы по расписанию

Отправлять цены и скидки по расписанию

Загружать остатки по FBO по расписанию

Отправлять остатки FBS по расписанию

Отправлять на маркетплейс остаток "0" по FBS, когда есть остаток FBO ?

Создавать заказы клиентов по расписанию

Создавать документ "Реализация"/"Передача на комиссию" Дата начала создания реализаций:

Создавать возвраты клиентов по расписанию Дата начала создания возвратов от клиентов:

Заключение

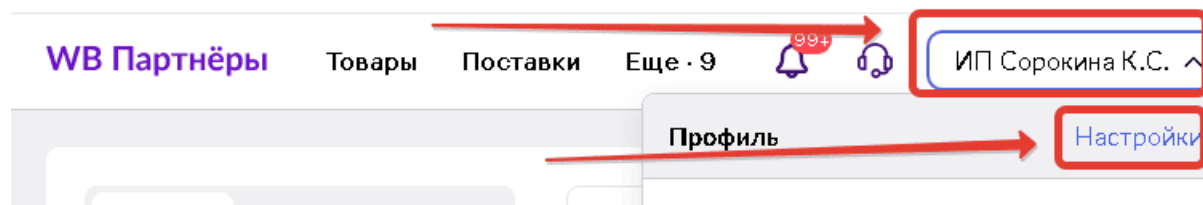
На этом можно считать задачу настройки модуля обмена 1С:Управление торговлей 11 с маркетплейсами завершённой (также наш модуль работает с 1С:Комплексная автоматизация 8, ред. 2.x / 1С:ERP Управление предприятием, ред. 2.x / 1С:Управление нашей фирмой, ред.3.x). Описание процесса работы с модулем вы можете прочитать в других инструкциях. Также на отдельной странице у нас приведен [полный список доступных инструкций по данному модулю обмена](#).

Выпуск токена для доступа к API маркетплейса Wildberries

В инструкции показан выпуск токена на примере маркетплейса Wildberries. Для других маркетплейсов токен выпускается точно также, но порядок действий в личном кабинете селлера будет другой.

1. В личный кабинет селлера надо обязательно зайти под правами **ВЛАДЕЛЬЦА АККАУНТА!** Это только пользователь, который изначально регистрировал магазин на маркетплейсе.

2. Справа сверху в меню нажимаем на название вашего юридического лица. В открывшемся меню нажимаем ссылку **Настройки**:



3. Если зайдете не под аккаунтом владельца, увидите такое предупреждение. В этом случае необходимо под нужным аккаунтом зайти в личный кабинет. Под текущим вы сделать ничего не сможете.

Доступ к API

[Данные продавца](#) [Пользователи 3](#) [Мои данные](#) [Безопасность](#) [Доступ к API](#)


Сервисы от сторонних разработчиков, которые помогают сделать вашу работу эффективнее.

[Все сервисы](#)

Токены

С помощью [API](#) вы можете управлять практически всеми функциями магазина, доступными на портале. Чтобы подключить к portalу продавца интеграцию или сервис, понадобится токен.

Создайте токен и укажите, к каким функциям Wildberries он разрешает доступ. Если вы подключаете сторонний сервис, добавьте токен в настройки сервиса, следуя его инструкциям. Если вы подключаете собственную интеграцию, передайте токен разработчикам.

 Раздел доступен в режиме только для чтения. Для управления токенами войдите как Владелец аккаунта.

4. Нажмите кнопку **Создать новый токен**:

Доступ к API

[Данные продавца](#) [Пользователи 3](#) [Мои данные](#) [● Безопасность](#) [Доступ к API](#)

Сервисы от сторонних разработчиков, которые помогают сделать вашу работу эффективнее.

Все сервисы

Токены

С помощью [API](#) вы можете управлять практически всеми функциями магазина, доступными на портале. Чтобы подключить к порталу продавца интеграцию или сервис, понадобится токен.

Создайте токен и укажите, к каким функциям Wildberries он разрешает доступ. Если вы подключаете сторонний сервис, добавьте токен в настройки сервиса, следуя его инструкциям. Если вы подключаете собственную интеграцию, передайте токен разработчикам.

+ Создать новый токен

Уже создано 2 из 20

5. В открывшейся форме заполните имя ключа. Желательно указывать такое имя, чтобы в будущем через несколько месяцев вы могли увидеть его в списке и вспомнили, для чего и когда создавали этот токен. Отметьте все возможные методы (это наша

рекомендация). И нажмите кнопку **Создать токен**.

Имя токена *

Только на чтение (по токену нельзя будет ничего поменять)

Тестовый контур

Узнать, какие методы API входят в каждую категорию, можно [по ссылке](#).

Контент Маркетплейс Статистика Аналитика

Продвижение Вопросы и отзывы Цены и скидки

Чат с покупателем Поставки Возвраты

Документы

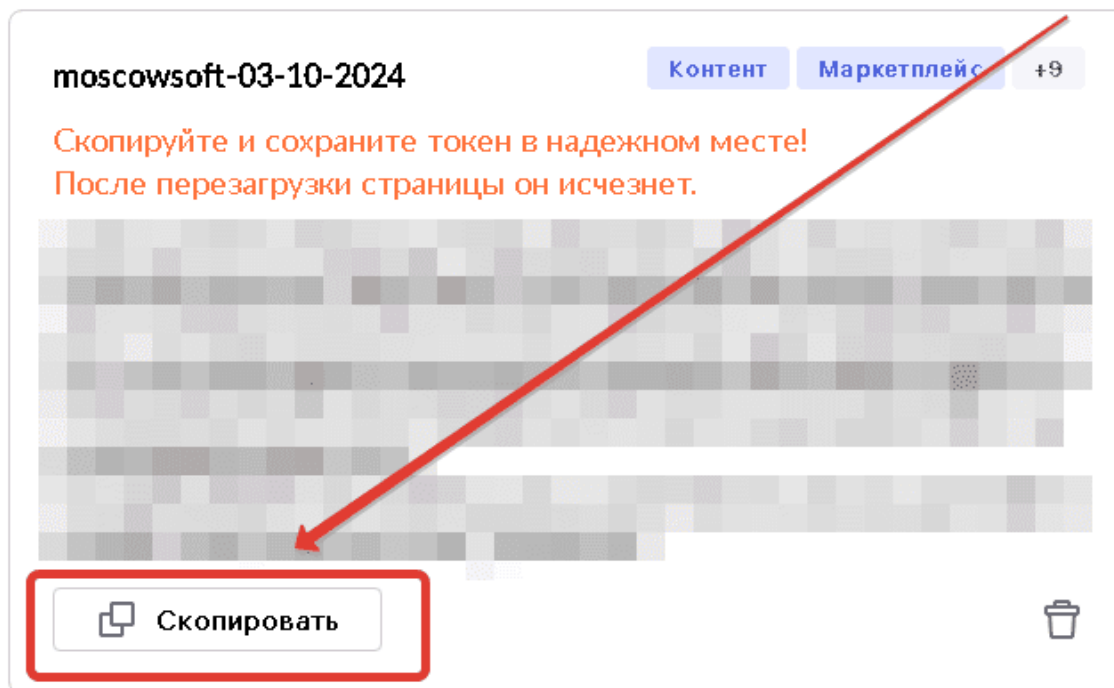
Вы собираетесь добавить более двух опций в один токен. Мы рекомендуем выпускать несколько ключей с 1-2 опциями вместо выпуска одного ключа со многими опциями, это более безопасно.

Создать токен Отмена

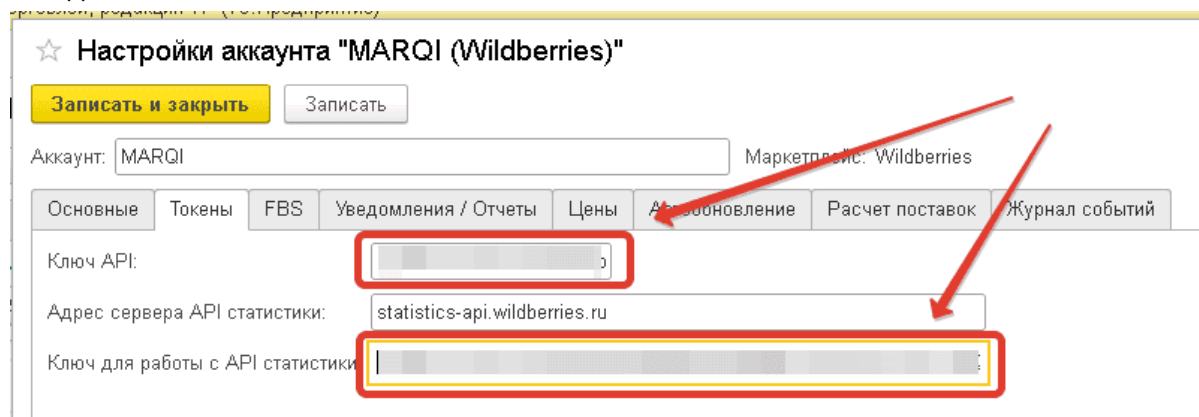
6. Да, необязательно выбирать вообще все категории методов API. Можете выбрать только нужные. Но функционал продукта МС:Интеграция с маркетплейсами постоянно увеличивается. В будущем вам может быть интересна новая возможность. Но если категория методов не была добавлена в токен, работать функционал не будет. И можно долго выяснить причину, почему программа не работает.

7. Откроется окно с текстом токена. Его нужно скопировать в надежное место, не только в 1С. Дело в том, что токен отображается только один раз. Если не успеете его сохранить, в

будущем придется выпускать новый токен.



8. Полученное значение токена необходимо заполнить в настройки аккаунта в 1С на вкладке **Токены**:



Одинаковое значение токена надо внести и в поле **Ключ API** и в **Ключ для работы с API статистики**.

Настройка уведомлений о новых заказах FBS на маркетплейсах

Описание модуля

Этот функционал будет полезен селлерам, которые по схеме **FBS** не очень активно работают, то есть не получают много заказов. В этом случае у ваших сотрудников не будет инструкции и привычки каждый день заходить в интерфейс списка заказов FBS конкретного маркетплейса. Если придет заказ по схеме **FBS**, маркетплейс **Озон** или **Яндекс.Маркет** присылает каждому сотруднику с доступом к личному кабинету селлера письмо на электронную почту. А **маркетплейс Wildberries** ничего не присылает. У **маркетплейса МегаМаркет** (старое название СберМегаМаркет) уведомления о заказах настроить можно, но работают они нестабильно.

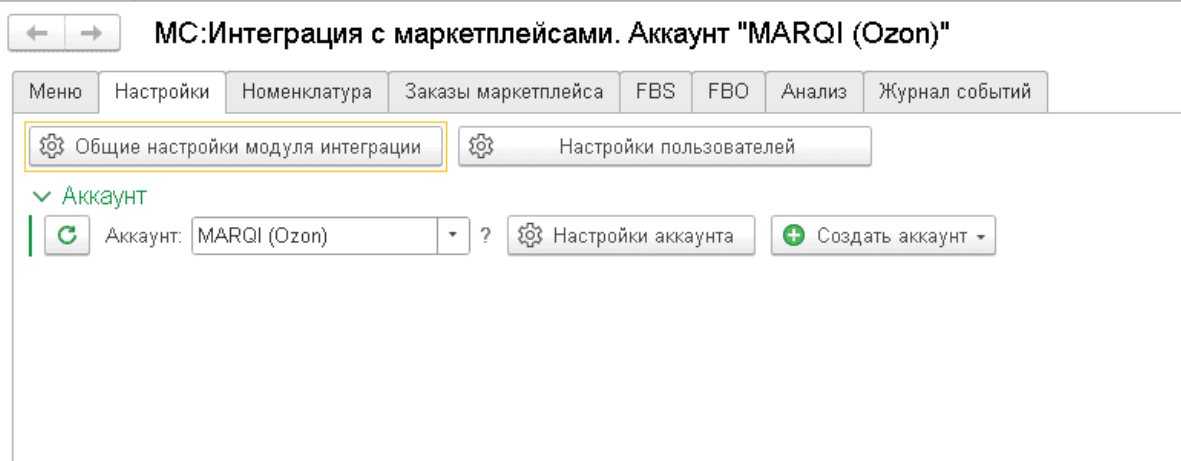
Чтобы не пропустить заказ по схеме **FBS**, вы можете настроить уведомления в нашем модуле "**МС:Интеграция 1С с маркетплейсами**".

Мы не рекомендуем использовать эти уведомления (особенно по смс) в ситуации, когда заказы по схеме **FBS** приходят к вам каждый день. Обычно в этом случае ответственный сотрудник и так работает с ними в течение дня в интерфейсе нашего модуля или личного кабинета маркетплейса.

Наш модуль может отправлять уведомления о новых заказах по смс и по электронной почте. Настройка производится в двух местах - в общих настройках модуля и в настройках аккаунта.

Общие настройки модуля

1. В общих настройках нужно указать токен для сервиса sms.ru (до 10 смс на номер телефона владельца аккаунта в день бесплатно) и учетную запись электронной почты. Зайдите на вкладку **Настройки**, нажмите кнопку **Общие настройки модуля интеграции**.



2. Перейдите на вкладку **Уведомления**, заполните токен и учетную запись электронной почты. Если в базе 1С еще нет ни одной настроенной учетной записи почты, вам нужно будет добавить новую учетную запись. После заполнения сохраните общие настройки

модуля интеграции 1С с маркетплейсами.

Маркетплейсы, схемы работы	Регистрация	Обновление	Wildberries	Уведомления	Расписание
----------------------------	-------------	------------	-------------	-------------	------------

Отправку уведомлений можно включить в настройках аккаунтов.
На этой вкладке можно заполнить общие параметры отправки уведомлений

Токен sms.ru:

Учетная запись электронной почты:

Настройки аккаунта

1. На вкладке **Настройки** нажмите кнопку **Настройки аккаунта**. Откроются настройки текущего аккаунта на маркетплейсе. Перейдите на вкладку **Уведомления**. На этой вкладке через запятую напишите номера телефонов для уведомлений и адреса электронной почты. Номера телефонов нужно писать в международной формате, то есть начиная со знака "+".

☆ Настройки аккаунтов 🔗 ⋮ □ ×

Записать и закрыть

Аккаунт: MARQI (Ozon)

Основные	Токены	Поля заказа	Уведомления	Виды цен	Журнал событий	Расписание
----------	--------	-------------	-------------	----------	----------------	------------

Уведомлять о новых заказах FBS по СМС

Получатели уведомлений по СМС через запятую:

Уведомлять о новых заказах FBS по электронной почте

Получатели уведомлений по электронной почте через запятую:

Отправлять отчет об остатках товаров

Адреса почты для отчета об остатках товаров:

На этом настройка уведомлений о новых заказах по схеме FBS завершена!

Настройка создания заказов клиентов в 1С (для схемы FBS) и резерв товаров на складах

Если у вашей компании широкий ассортимент товаров и не очень большое их количество каждого отдельного артикула есть в наличии, вам может быть выгоднее продавать товары на маркетплейсах со своего склада. Эта схема работы называется **FBS**. В этом случае товар представлен на нескольких площадках сразу, а если поступает на него заказ, то товар

С уважением,
команда компании
MoscowSoft

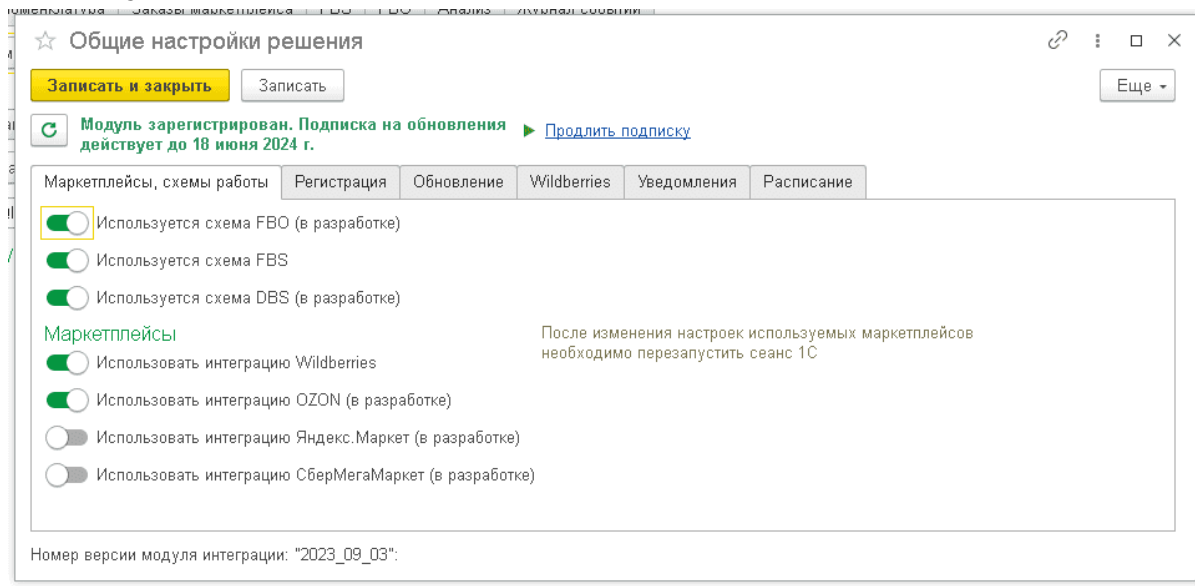
должен быть зарезервирован под данный заказ. И остаток на всех маркетплейсах в этом случае должен уменьшиться.

Главная задача, для которой приобретают универсальные модули, умеющие в одном окне работать сразу со многими маркетплейсами, заключается именно в этом - отправлять обновленные данные об остатках товаров по схеме FBS на маркетплейсы из 1С. Конечно, вторая по важности задача - это автоматизация сбора большого количества таких заказов.

Наш модуль позволяет решить эти задачи. При поступлении заказа по схеме FBS в базе 1С создается документ "**Заказ клиента**". Этот документ резервирует товар под данный заказ. После этого свободный остаток данного товара в базе 1С уменьшается. И это новое значение свободного остатка товара отправляется на маркетплейсы.

Настройка в нашем продукте "**МС:Интеграция с маркетплейсами**" выполняется очень просто:

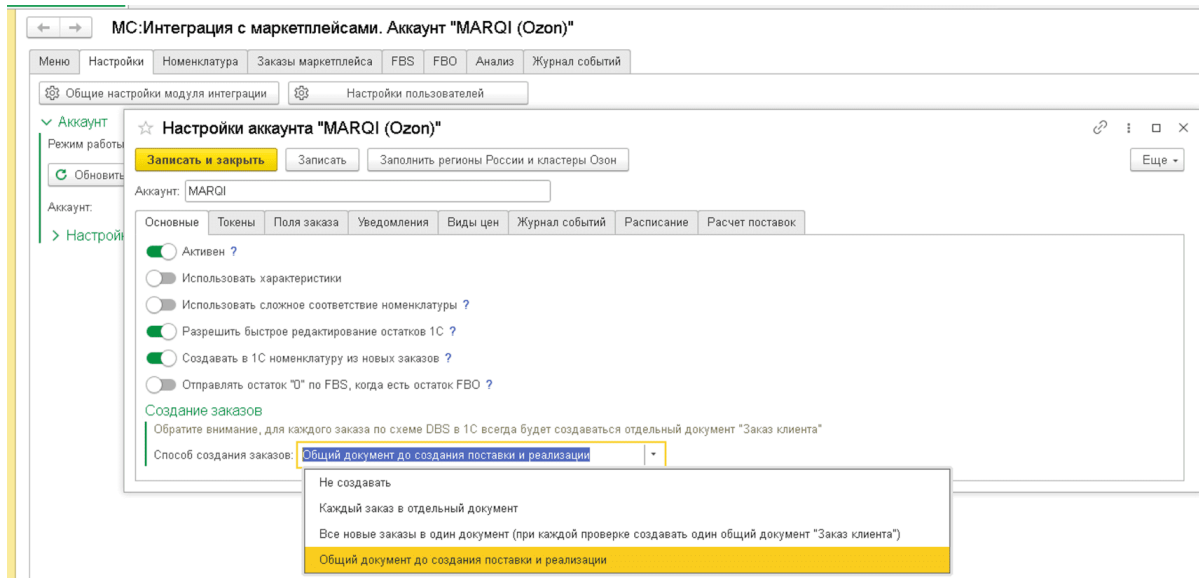
1. У вас в общих настройках модуля должна быть включена схема работы FBS. Чтобы открыть общие настройки модуля зайдите на вкладку **Настройки**, далее нажмите кнопку **Общие настройки модуля интеграции**. На открывшейся форме включите переключатель **Используется схема FBS**.



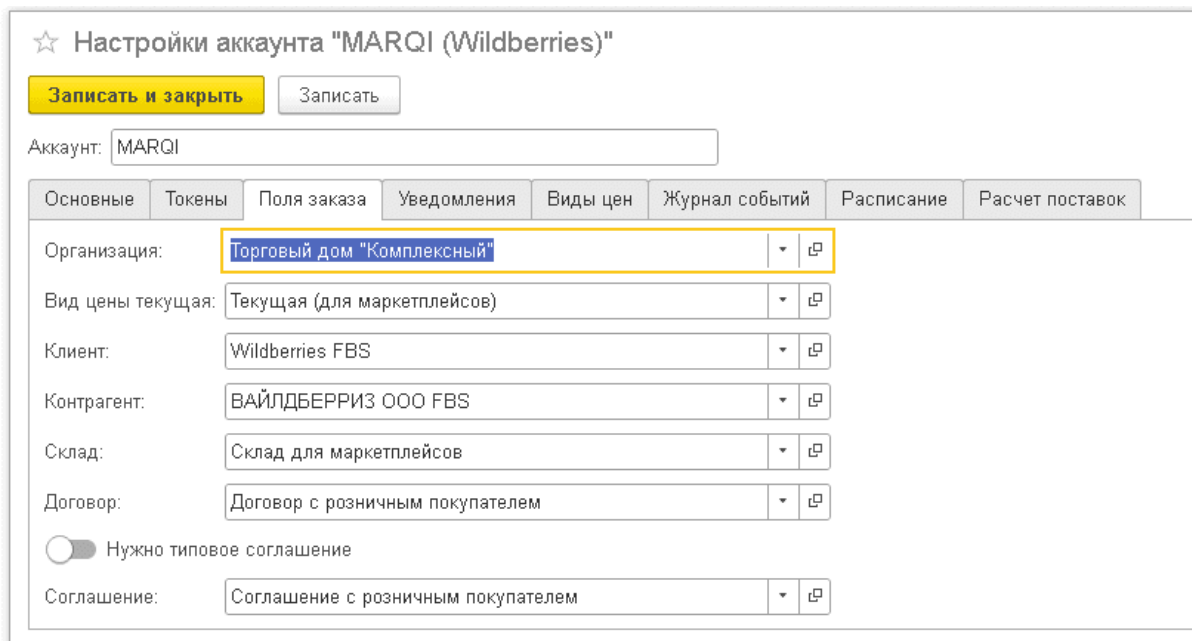
2. Далее нужно в настройках аккаунта выбрать удобный для вас способ создания документа "**Заказ клиента**". Доступны следующие варианты - "Общий документа до создания поставки и реализации" (это значение по умолчанию), "Все новые заказы в один документ" (при каждой проверке создавать документ "Заказ клиента"), "Каждый заказ в отдельный документ", "Не создавать".

Чтобы установить настройку способа создания заказа, перейдите в модуле на вкладке **Настройка**, нажмите **Настройки аккаунта**. На вкладке **Основные** найдите внизу поле

Способ создания заказов и выберите в нем подходящий для вас вариант.



3. После выбора способа создания нужно указать значения полей документа **"Заказ клиента"**, которые нужно устанавливать при его создании. Для этого в настройках аккаунта перейдите на вкладку **Поля заказа** и укажите значения:



После завершения настройки можете настроить уведомления о заказах по схеме FBS, если заказы по данной схеме приходят к вам нерегулярно (чтобы не пропустить свой первый заказ).

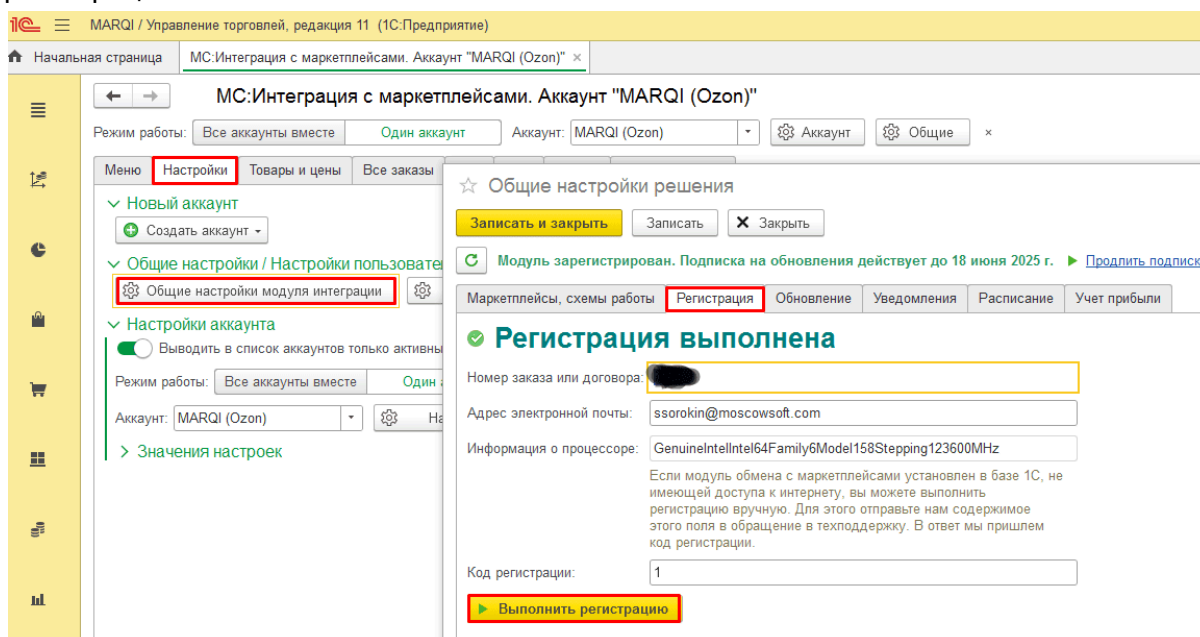
Если уведомления не нужны, можете сразу переходить к настройкам автоматического обмена 1С с маркетплейсами.

В нашем модуле вы можете настроить, какими данными хотите обмениваться и с какой периодичностью.

Почему не создаются Заказы клиентов для схемы FBS в 1С

Для создания заказов клиентов необходимо полностью настроить модуль

1. Обязательно зарегистрировать модуль: На вкладке “Настройка - Общие настройки модуля интеграции - Регистрация” необходимо заполнить номер договора и адрес электронной почты на которую покупался модуль, после этого нажать кнопку “Выполнить регистрацию”.



Скриншот интерфейса 1С: Управление торговлей, редакция 11 (1С-Предприятие). Вкладка: МС:Интеграция с маркетплейсами. Аккаунт "MARQI (Ozon)".

Режим работы: Все аккаунты вместе | Один аккаунт | Аккаунт: MARQI (Ozon) | Аккаунт | Общие

Меню: **Настройки** | Товары и цены | Все заказы

Общие настройки решения

Модуль зарегистрирован. Подписка на обновления действует до 18 июня 2025 г. [Продлить подписку](#)

Маркетплейсы, схемы работы: **Регистрация** | Обновление | Уведомления | Расписание | Учет прибыли

Регистрация выполнена

Номер заказа или договора: [скрыто]

Адрес электронной почты: ssorokin@moscowsoft.com

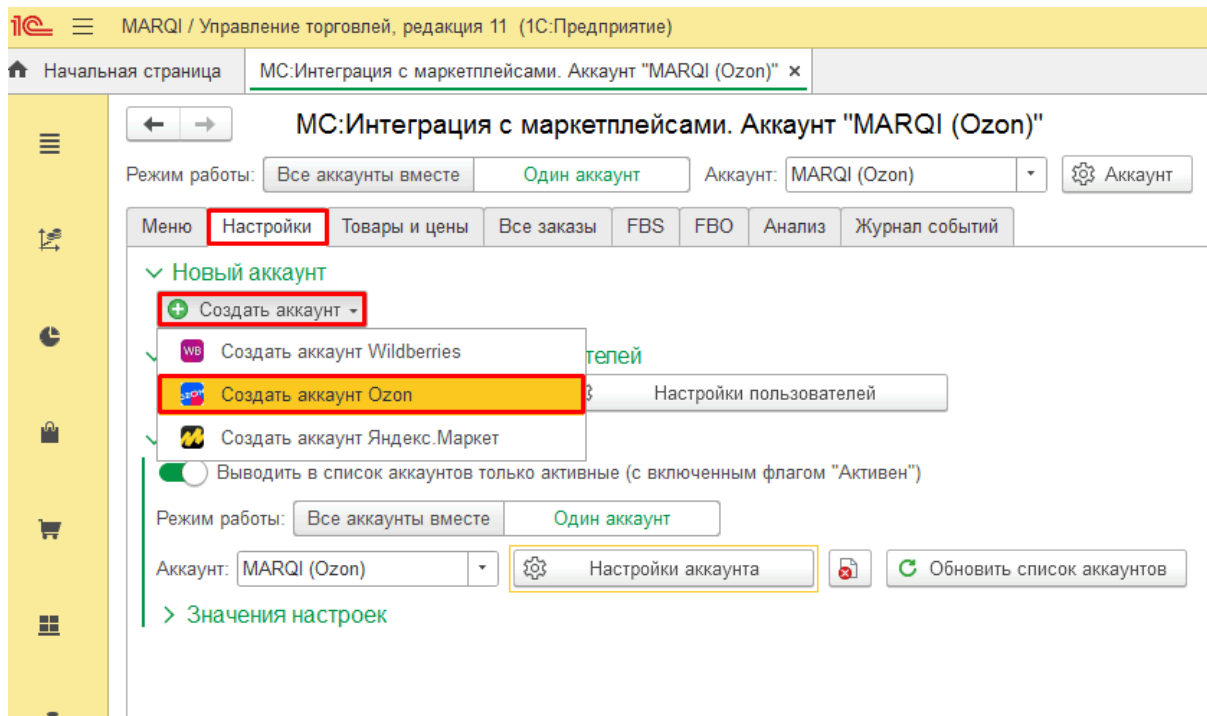
Информация о процессоре: GenuineIntelIntel64Family6Model158Stepping123600MHz

Если модуль обмена с маркетплейсами установлен в базе 1С, не имеющей доступа к интернету, вы можете выполнить регистрацию вручную. Для этого отправьте нам содержимое этого поля в обращение в техподдержку. В ответ мы пришлем код регистрации.

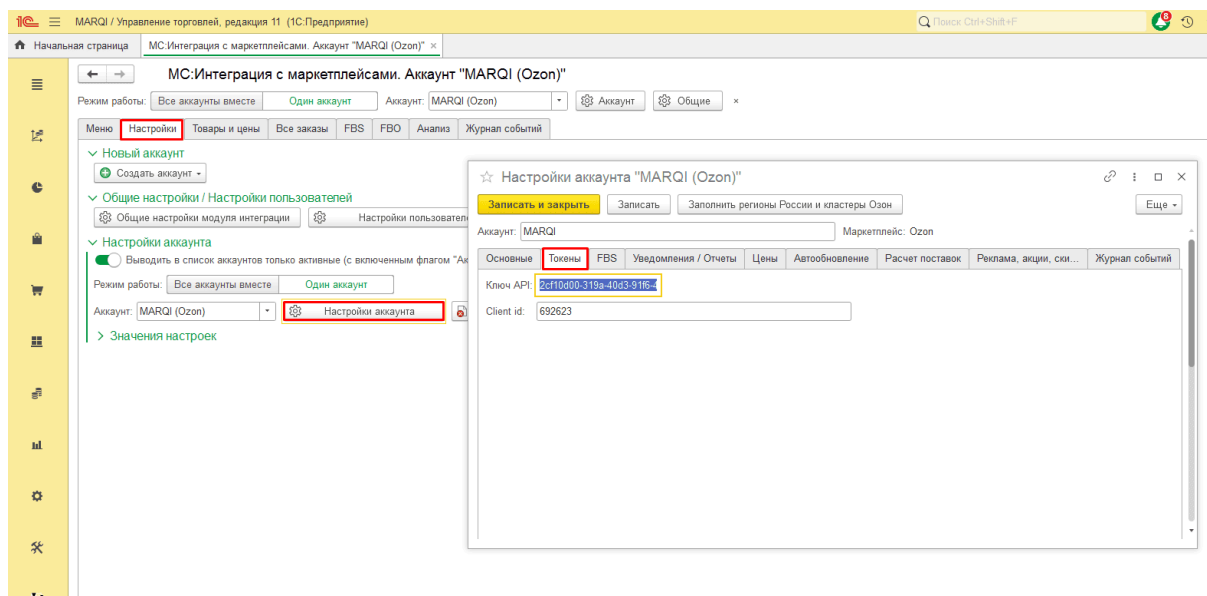
Код регистрации: 1

Выполнить регистрацию

2. Создать аккаунт и в настройках аккаунта заполнить токены.

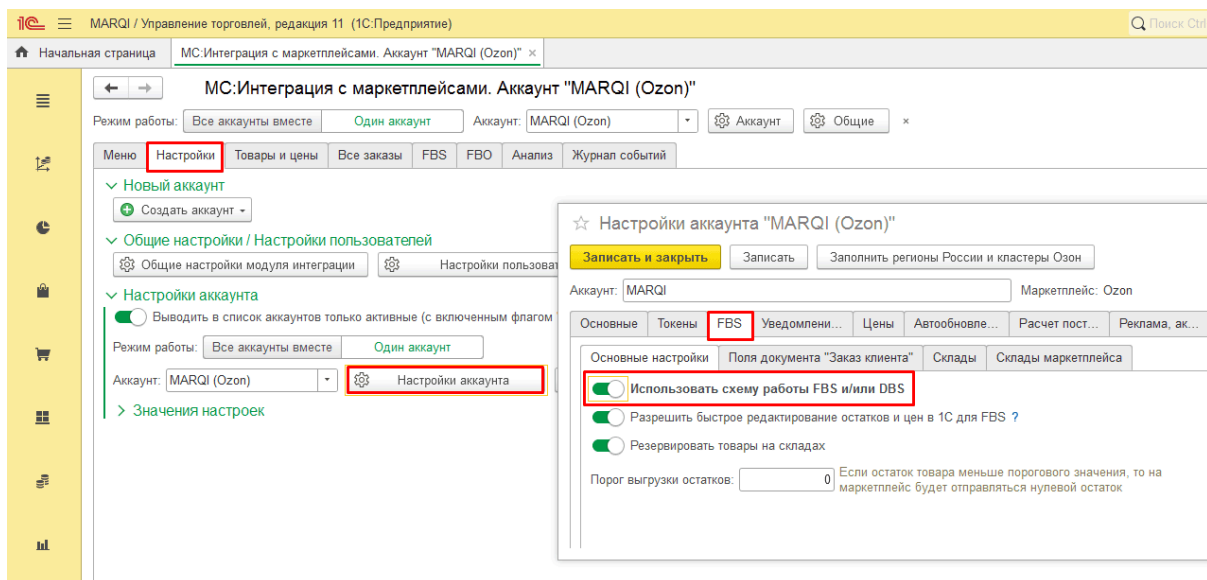
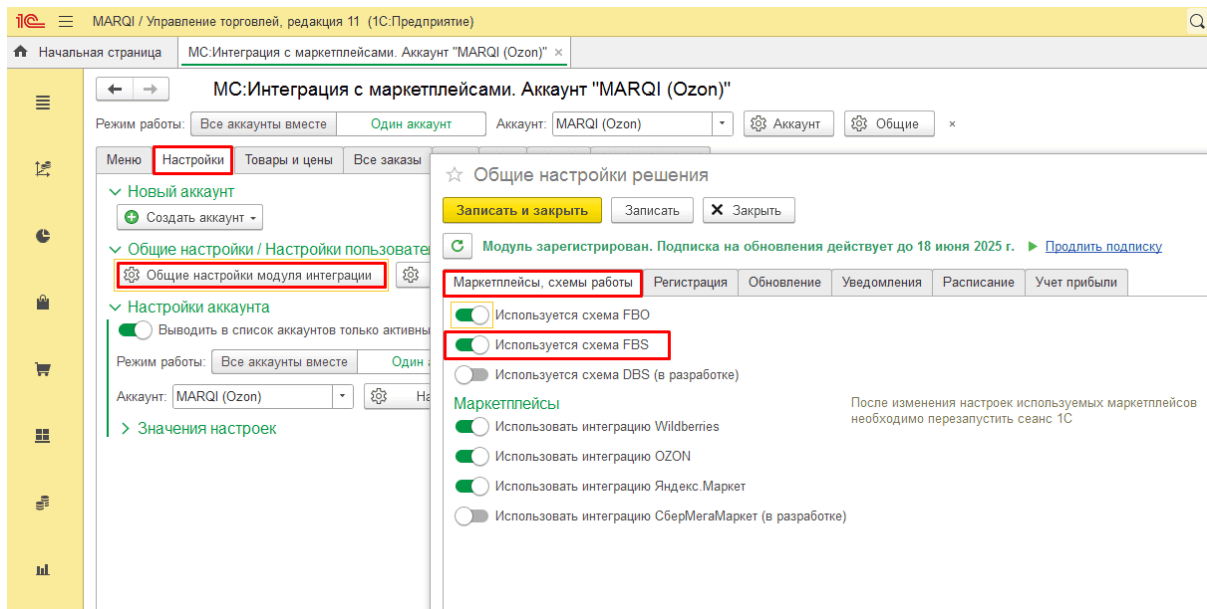


The screenshot shows the 'MARQI / Управление торговлей' interface. The main heading is 'МС:Интеграция с маркетплейсами. Аккаунт "MARQI (Ozon)"'. The 'Режим работы' is set to 'Один аккаунт' and the 'Аккаунт' is 'MARQI (Ozon)'. The 'Настройки' menu item is highlighted. Under 'Новый аккаунт', the 'Создать аккаунт' dropdown menu is open, showing options for Wildberries, Ozon, and Яндекс.Маркет. The 'Создать аккаунт Ozon' option is highlighted. Below the menu, there are buttons for 'Настройки пользователей' and 'Настройки аккаунта'.

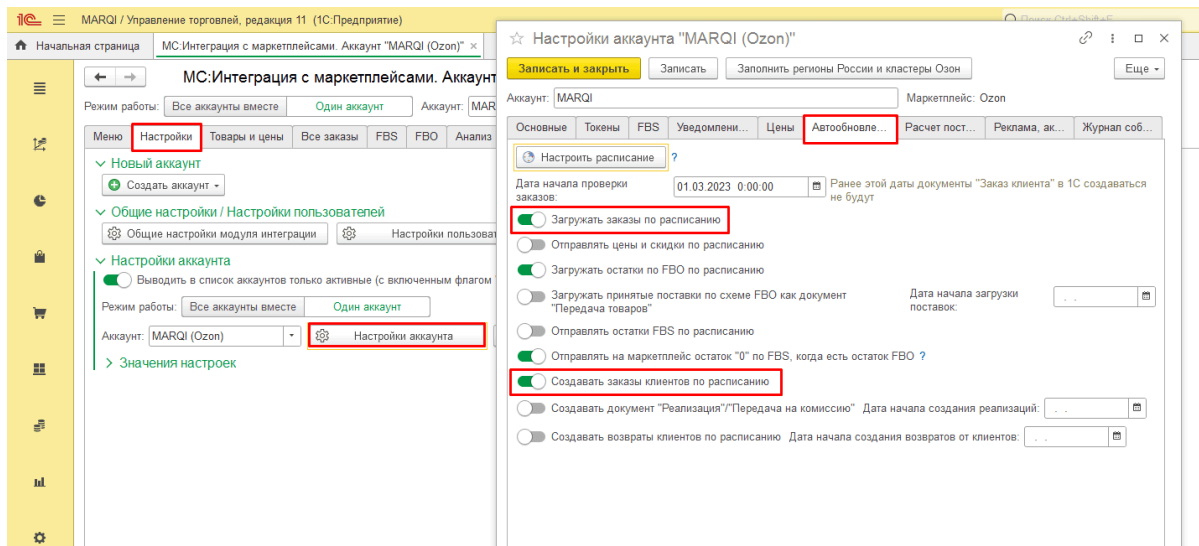


The screenshot shows the 'Настройки аккаунта "MARQI (Ozon)"' dialog box. The 'Аккаунт' is 'MARQI' and the 'Маркетплейс' is 'Ozon'. The 'Токены' tab is selected, showing the 'Ключ API' as '2c10d00-319e-40d3-91f6' and the 'Client id' as '692623'. The 'Настройки аккаунта' button from the previous screenshot is highlighted.

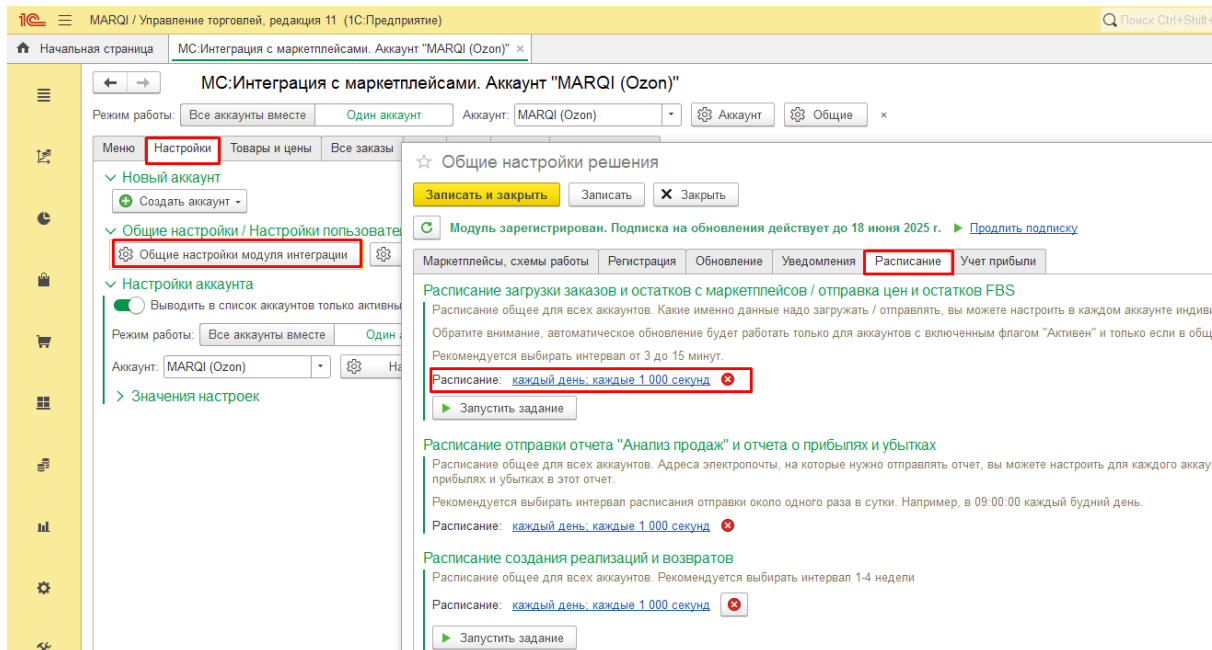
3. Включить схему FBS в настройках модуля и в настройках аккаунта



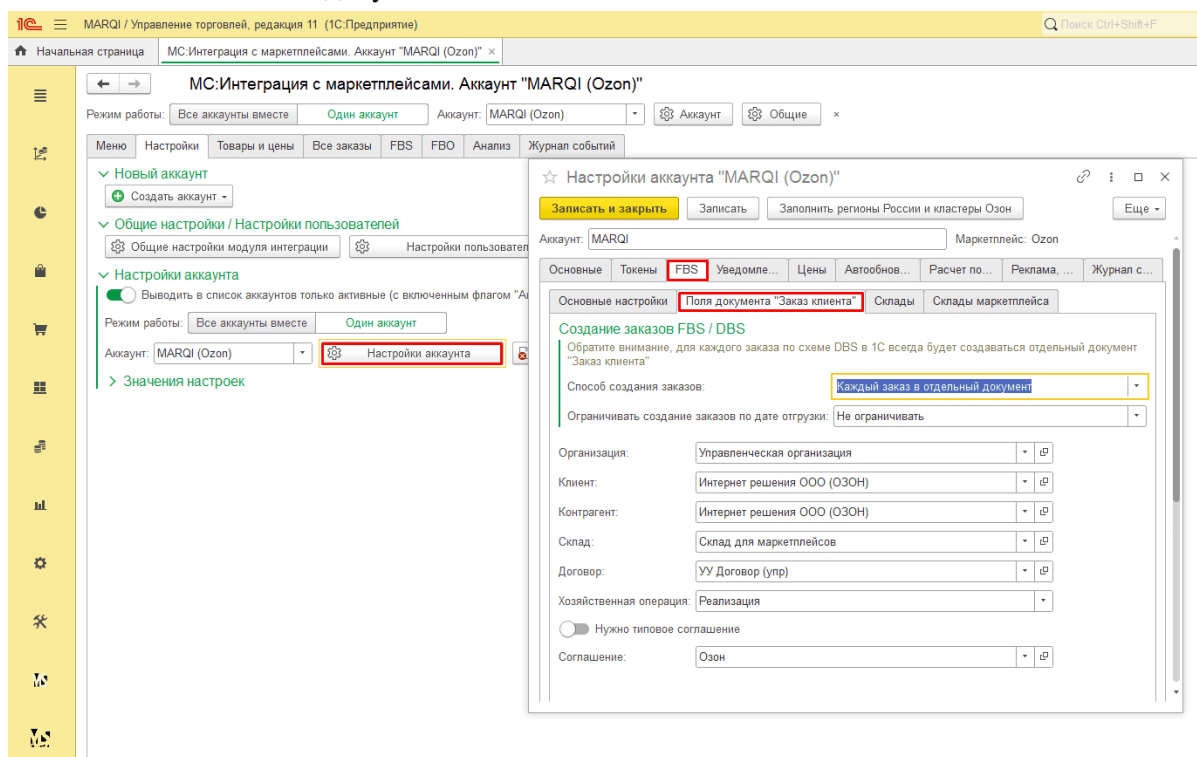
4. Включить загрузку и создания заказов клиентов в настройках аккаунта.



5. Настроить расписание получения заказов.



6. Заполнить поля документа “Заказ клиента”.



Создание аккаунта Яндекс.Маркет и заполнение настроек для интеграции с 1С

Интеграция 1С с Яндекс.Маркет

Модуль **МС:Интеграция с маркетплейсами** поддерживает работу с маркетплейсом Яндекс.Маркет. Получение настроек для интеграции с этим маркетплейсом имеет одну особенность - для каждой схемы работы создается отдельный кабинет.

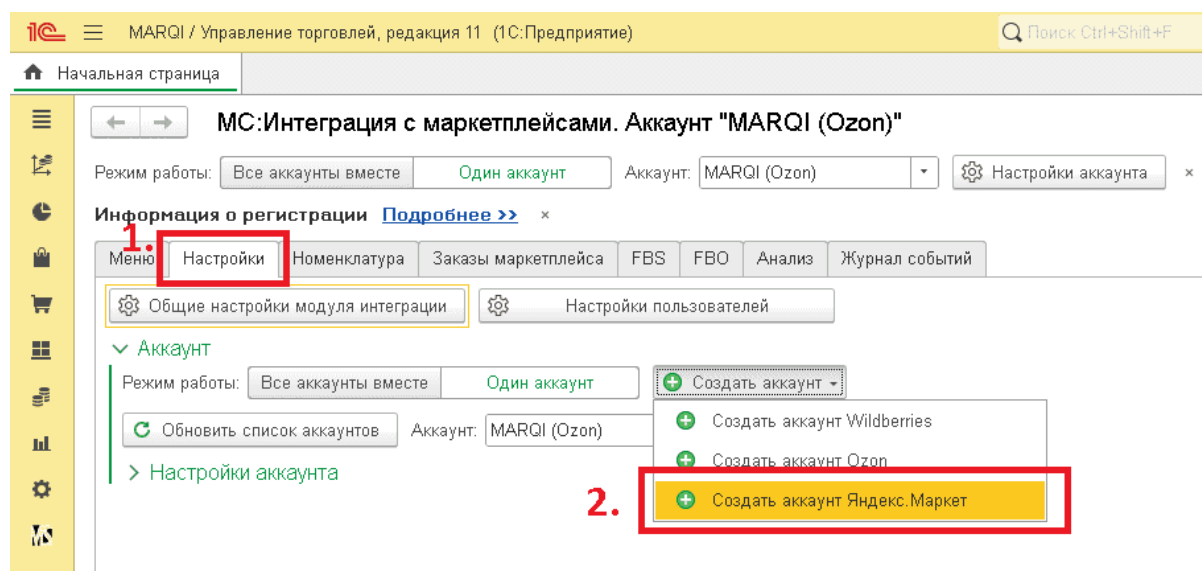
Представим ситуацию, что ваша компания работает по смешанной схеме, то есть продает товары со своего склада (схема FBS) и также отвозит поставки и продает товары со склада Яндекс.Маркета (схема FBY). В этом случае необходимо заполнить три параметра в настройках аккаунта в модуле интеграции. Если используете только какую-то одну схему работы, все равно в настройках аккаунта обязательно должны быть заполнены все три поля - **Номер кабинета (business id), Номер компании FBY, Номер компании FBS**. Для простоты можете указать один и тот же номер компании в настройках.

Как создать аккаунт для маркетплейса Яндекс.Маркет в 1С УНФ / УТ / КА 2 или ERP?

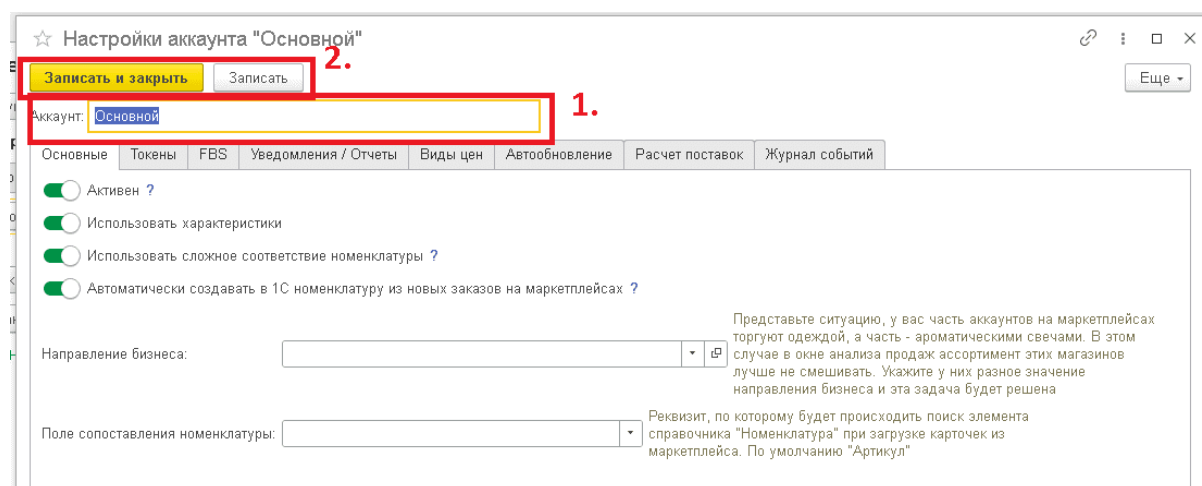
Модуль МС:Интеграция с маркетплейсами должен быть [установлен](#) в базу базу 1С ([инструкция, как установить](#)). Также должна быть проведена [начальная настройка модуля](#)

([ИНСТРУКЦИЯ ПО ССЫЛКЕ](#)). После этого можно переходить к созданию аккаунта маркетплейса Яндекс.Маркет в 1С.

В основном интерфейсе модуля интеграции перейдите на вкладку **Настройки** и в выпадающем меню **Создать аккаунт** выберите пункт **Создать аккаунт Яндекс.Маркет**:



В открывшейся форме заполните понятное вам наименование аккаунта (можно по направлению бизнеса его установить или по названию вашего товарного знака). После заполнения наименования нажмите кнопку **Записать**:



После этого новый аккаунт в 1С для магазина на маркетплейсе Яндекс.Маркет уже создан и записан. Можно переходить к типовым настройкам, а после этого - к настройкам интеграции. Этим задачам посвящены следующие абзацы текущей статьи.

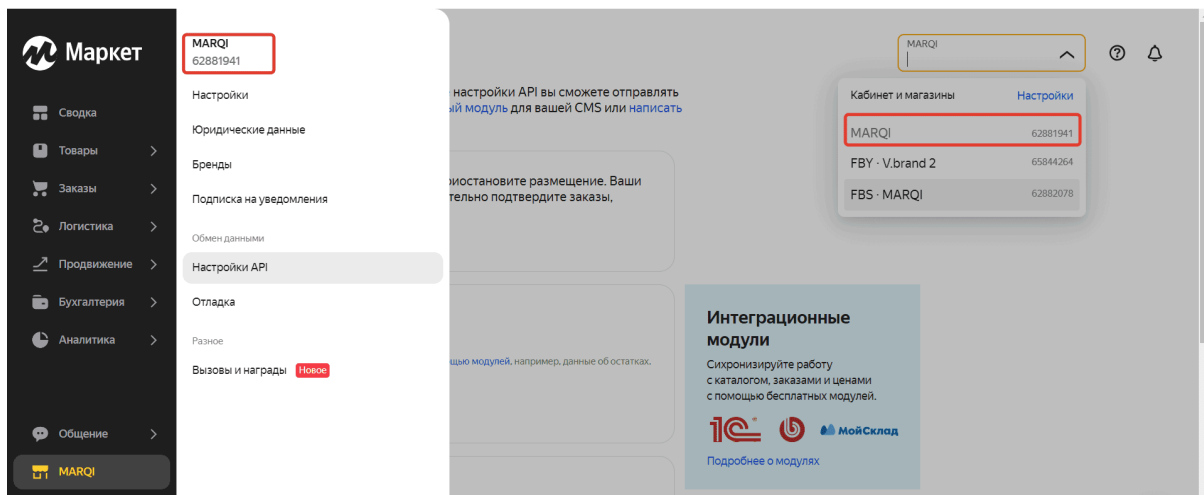
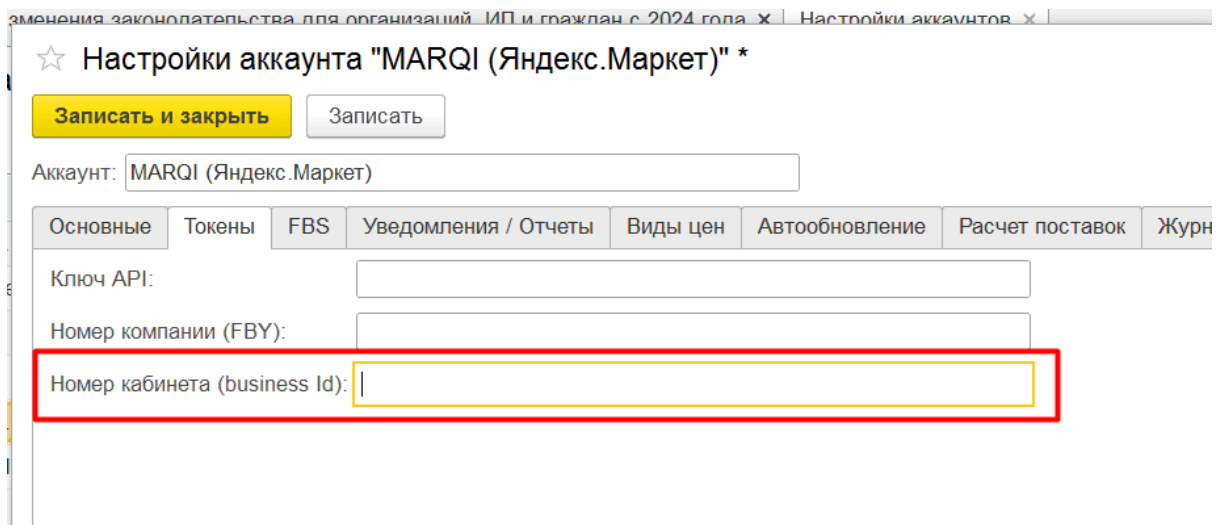
Типовые настройки аккаунта на маркетплейсе

Подробно настройки аккаунта описаны в [статье про первоначальную настройку модуля интеграции](#). Конкретно про настройки аккаунта речь идет начиная с [шага 12](#).

Настройки из личного кабинета (номер кабинета, номера компаний и токен)

Номер кабинета Яндекс.Маркет (business id)

Номер кабинета (или **business id**) можно посмотреть в списке магазинов на сайте, где именно - показано на втором скриншоте



Номер компании FBU

Номер компании FBU можно посмотреть перейдя в настройки АПИ в личном кабинете продавца.

☆ Настройки аккаунта "MARQI (Яндекс.Маркет)"

[Записать и закрыть](#) [Записать](#)

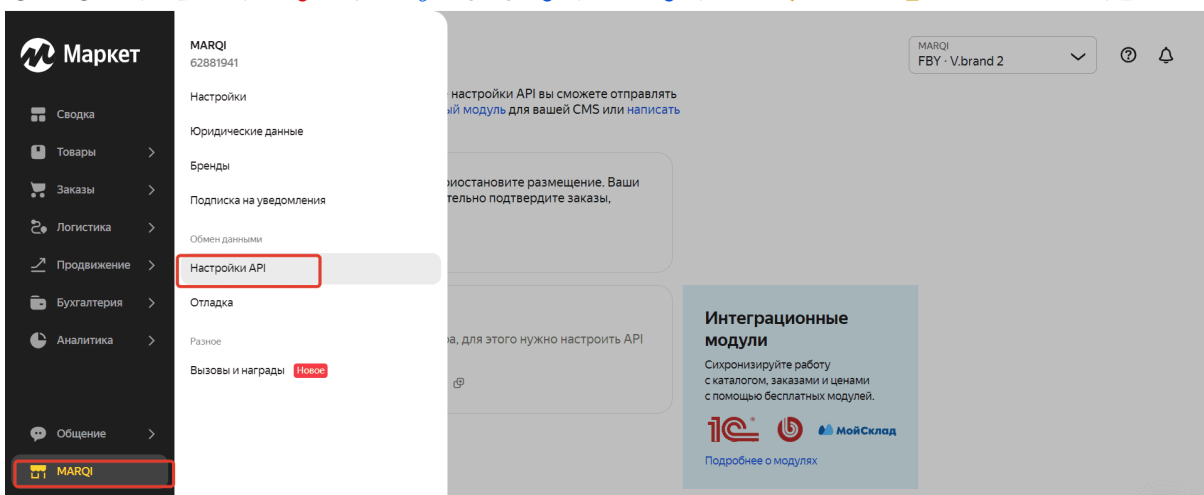
Аккаунт:

[Основные](#) [Токены](#) [FBS](#) [Уведомления / Отчеты](#) [Виды цен](#) [Автообновление](#) [Расчет поставок](#) [Журнал событий](#)

Ключ API:

Номер компании (FBY):

Номер кабинета (business Id):



Настройка API

MARQI
FBY · V.brand 2

API позволяет автоматизировать работу с Маркетом. После настройки API вы сможете отправлять и запрашивать информацию у наших серверов [через готовый модуль](#) для вашей CMS или [написать собственную интеграцию](#).

Если вы не будете подтверждать заказы в праздники, приостановите размещение. Ваши товары исчезнут с витрины в течение 30 минут — обязательно подтвердите заказы, которые поступят за это время.

Размещение на витрине

Настройка запросов к Маркету

Сможете отправлять запросы Маркету со своего сервера, для этого нужно настроить API на вашей стороне. [Как настроить и включить](#).

Номер компании  

Интеграционные модули

Синхронизируйте работу с каталогом, заказами и ценами с помощью бесплатных модулей.

Номер кампании FBS

Номер кампании FBS можно посмотреть точно так же, перейдя в настройки API, только предварительно нужно переключиться на соответствующий магазин.

С уважением,
команда компании
MoscowSoft

★ Настройки аккаунта "MARQI (Яндекс.Маркет)"

[Записать и закрыть](#)[Записать](#)Аккаунт: [Основные](#) [Токены](#) [FBS](#) [Уведомления / Отчеты](#) [Виды цен](#) [Автообновление](#) [Расчет поставок](#) [Журнал событий](#)[Основные настройки](#) [Поля заказа](#) [Склады](#) [Склады маркетплейса](#) **Использовать схему работы FBS и/или DBS**Номер компании (FBS): Отправлять на маркетплейс остаток "0" по FBS, когда есть остаток FBO ? Разрешить быстрое редактирование остатков и цен в 1С для FBS ? Резервировать товары на складах

Яндекс Маркет | Языковой практик... | Рекомендуемая ли... | Java Programming f... | Алгоритмы, часть I... | Алгоритмы, часть II... | Hello World in Java... | Мой заказ №82360

Настройка API

MARQI

FBS · MARQI

API позволяет автоматизировать работу с Маркетом. После настройки API вы сможете отправлять и запрашивать информацию у наших серверов [через готовый модуль](#) для вашей CMS или [написать собственную интеграцию](#).

Если вы не будете подтверждать заказы в праздники, приостановите размещение. Ваши товары исчезнут с витрины в течение 30 минут — обязательно подтвердите заказы, которые поступят за это время.

 Размещение на витрине

Способ работы

 Вручную в кабинете

При этом всё равно можно передавать информацию Маркету с помощью модулей, например, данные об остатках.

 Автоматически через API

Работать с заказами в кабинете при этом не получится. Заполните параметры в блоке "Настройка запросов от Маркета"

Настройка запросов к Маркету

Сможете отправлять запросы Маркету со своего сервера, для этого нужно настроить API на вашей стороне. [Как настроить и включить](#).

Номер компании

Интеграционные модули

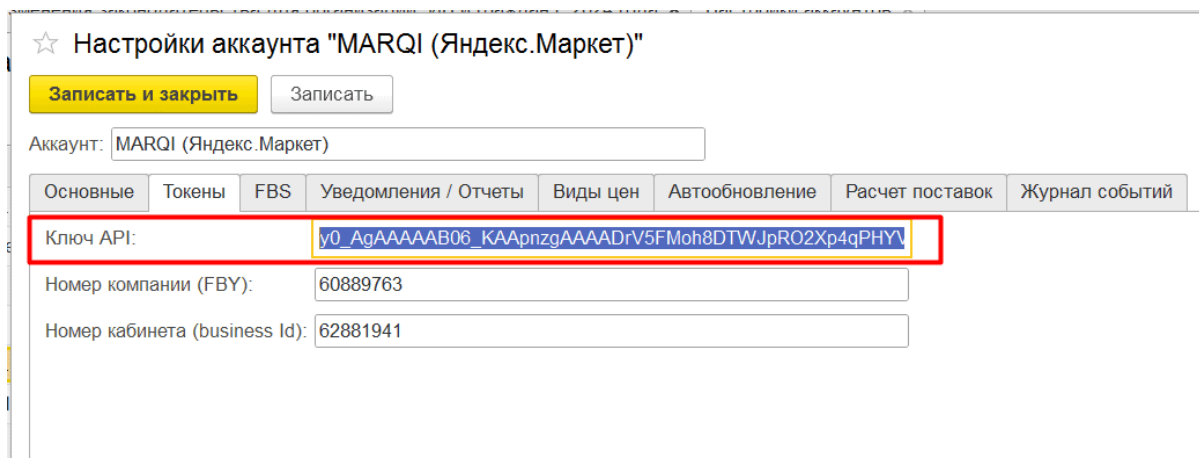
Синхронизируйте работу с каталогом, заказами и ценами с помощью бесплатных модулей.

[Подробнее о модулях](#)

Токен

Как получить Ключ API подробно описано в инструкции Яндекс.Маркета https://yandex.ru/dev/market/partner-api/doc/ru/concepts/authorization?target=_blank

Внесите полученный токен в настройки аккаунта в поле **Ключ API** и сохраните изменения кнопкой **Записать** или **Записать и закрыть**:



Отгрузка по схеме "Маркетплейс" на Wildberries (документ "Поставка")

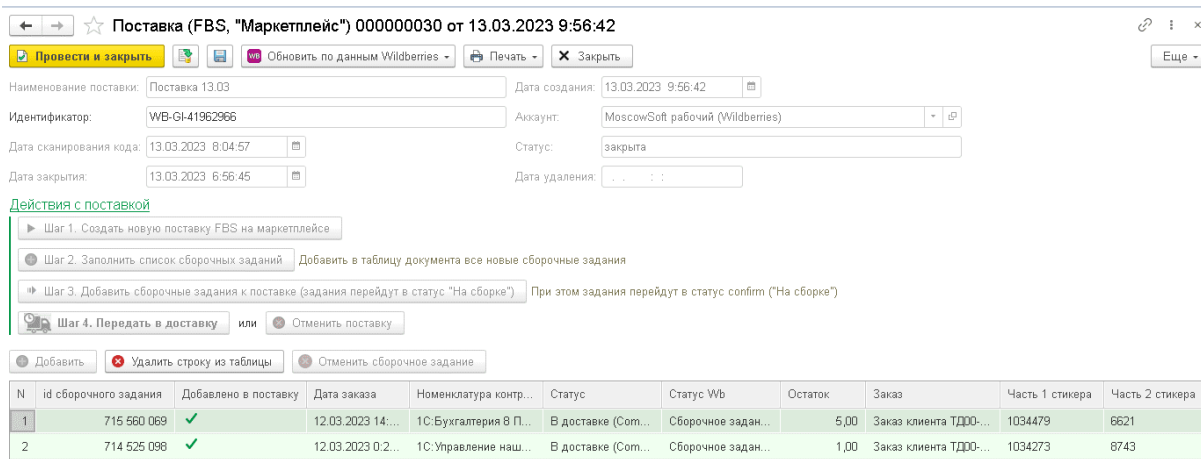
Если вы работаете по схеме **FBS** (на маркетплейсе **Wildberries** она называется "Маркетплейс"), то собирать отправления, печатать лист подбора и этикетки заказов по этой схеме работы можете из интерфейса нашего модуля. Опишем подробнее процесс работы.

Каждая отправка товаров по заказам схемы "Маркетплейс" на **Wildberries** называется "поставкой". Мы у себя в модуле стали использовать этот же термин. Обычно для продавцов на маркетплейсах слово "поставка" привычнее использовать в контексте отправки своих товаров на склады маркетплейса. Имейте в виду, здесь ситуация похожая, но товары вы отправляете сразу для передачи их покупателям, а не для хранения на складах маркетплейса.

1. В нашем модуле перейдите на вкладку **FBS**, там далее откройте вкладку **Поставки FBS**. Вы увидите список ранее отправляемых поставок: Нажмите кнопку **Создать поставку**.
2. Интерфейс новой поставки по схеме "Маркетплейс" будет выглядеть следующим образом: Заполните поле **Наименование поставки** любым понятным вам значением. Написать, можете написать в это поле текущую дату.
Далее нужно работать по шагам. Нажмите кнопку **Шаг 1. Создать новую поставку FBS на маркетплейсе**. В этот момент на маркетплейсе **Wildberries** будет создана новая пустая поставка с наименованием, указанным вами в поле **Наименование поставки**. Ей будет присвоен идентификатор. Вы увидите его на форме документа.
3. После этого нажмите кнопку **Шаг 2. Заполнить список сборочных заданий**. В табличную часть документа будут загружены новые заказы по схеме "Маркетплейс", то есть те, которые вы ранее, по мнению модуля, не обрабатывали. Если какой-то из товаров уже был собран и отправлен на маркетплейс через личный кабинет **Wildberries**, обязательно удалите его из списка. Для этого выберите данный заказ в табличной части и нажмите кнопку **Удалить строку из таблицы**.

4. После этого поочередно нажимаем кнопки **Шаг 3. Добавить сборочные задания к поставке (задания перейдут в статус "На сборке")**. В этот момент все заказы из табличной части документа будут прикреплены к текущей поставке, информация об этом будет отправлена на маркетплейс. Задания перейдут в статус "На сборке". Такие заказы вы не сможете уже отменить, поэтому будьте внимательно, нажатие кнопки **Шаг 3...** означает подтверждение вами возможности отгрузки данных заказов.

5. Далее нажимайте кнопку **Шаг 4. Передать в доставку**. Документ после этого будет у вас выглядеть примерно так:



Поставка (FBS, "Маркетплейс") 000000030 от 13.03.2023 9:56:42

Провести и закрыть | Обновить по данным Wildberries | Печать | Закрыть

Наименование поставки: Поставка 13.03 | Дата создания: 13.03.2023 9:56:42

Идентификатор: WB-GI-41962966 | Аккаунт: MoscowSoft рабочий (Wildberries)

Дата сканирования кода: 13.03.2023 8:04:57 | Статус: закрыта

Дата закрытия: 13.03.2023 6:56:45 | Дата удаления: . . . : .

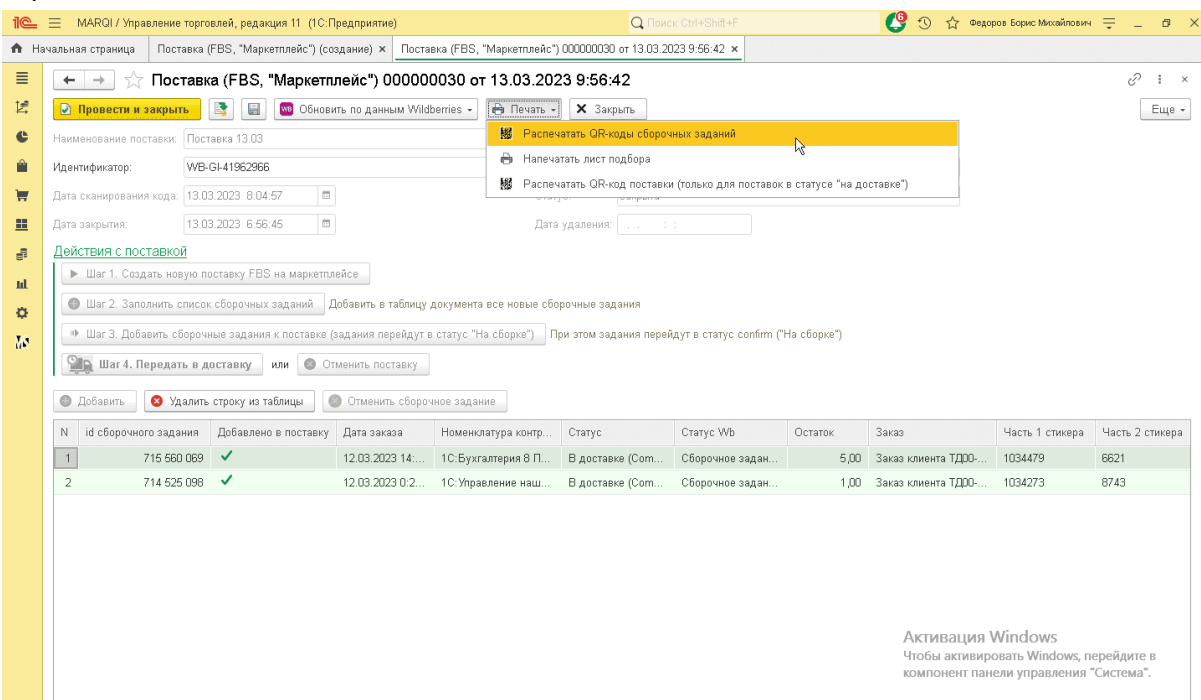
Действия с поставкой

- Шаг 1. Создать новую поставку FBS на маркетплейсе
- Шаг 2. Заполнить список сборочных заданий | Добавить в таблицу документа все новые сборочные задания
- Шаг 3. Добавить сборочные задания к поставке (задания перейдут в статус "На сборке") | При этом задания перейдут в статус confirm ("На сборке")
- Шаг 4. Передать в доставку | или | Отменить поставку

Добавить | Удалить строку из таблицы | Отменить сборочное задание

N	id сборочного задания	Добавлено в поставку	Дата заказа	Номенклатура контр...	Статус	Статус Wb	Остаток	Заказ	Часть 1 стикера	Часть 2 стикера
1	715 560 069	✓	12.03.2023 14:...	1С:Бухгалтерия 8 П...	В доставке (Сом...	Сборочное задан...	5,00	Заказ клиента ТДЮ...	1034479	6621
2	714 525 098	✓	12.03.2023 0:2...	1С:Управление наш...	В доставке (Сом...	Сборочное задан...	1,00	Заказ клиента ТДЮ...	1034273	8743

6. Для печати листа подбора для кладовщика, этикеток заказов и штрихкода всей поставки сверху в документе используйте кнопку **Печать**. В ней есть три пункта для печати всех необходимых этикеток и листа подбора. Выглядит в интерфейсе это следующим образом:



MARQI / Управление торговлей, редакция 11 (1С:Предприятие)

Поставка (FBS, "Маркетплейс") (создание) x | Поставка (FBS, "Маркетплейс") 000000030 от 13.03.2023 9:56:42 x

Печать | Закрыть

- Распечатать QR-коды сборочных заданий
- Напечатать лист подбора
- Распечатать QR-код поставки (только для поставок в статусе "на доставке")

Активация Windows
 Чтобы активировать Windows, перейдите в компонент панели управления "Система".

Более подробную информацию по печати этикеток и штрихкодов можете прочитать в отдельной статье [Печать этикеток и штрихкодов поставки по схеме FBS \("Маркетплейс"\) на Wildberries](#).

7. Если какой-то из заказов вы не сможете выполнить (нет в наличии такого товара), то после нажатия кнопки **Шаг 2...** выделите строку с заказом в общем списке и нажмите кнопку **Отменить сборочное задание**. Информация об отмене заказа будет отправлена на маркетплейс **Wildberries**. Помните, что за каждую отмену заказа **Wildberries** удерживает штраф и понижает рейтинг продавца.

8. Если на одном из шагов работы вы решите отказаться от отправки именно данной поставки (захотите создать новую поставку и заново в нее добавить товары), нажмите кнопку **Отменить поставку**.

Расписание и настройка автоматического обмена 1С с маркетплейсами

Что умеет модуль МС:Интеграция с Маркетплейсами

Наш модуль умеет загружать с маркетплейсов заказы, текущие установленные цены и остатки **FBS** (чтобы понять, отличаются ли они) и текущие остатки по схеме **FBO**. В обратную сторону модуль умеет отправлять остатки по **FBS**, цены, а также статусы заказов по схеме **FBS**.

Кроме того, модуль позволяет строить отчет "Анализ товаров", в котором есть колонка с рекомендуемым количеством товаров для сдачи на склад маркетплейса (то есть речь идет про функционал расчета поставок на маркетплейс). Также по желанию можно отправлять отчет о прибылях и убытках, который содержит планируемые и фактические значения в разрезе статей прибылей и убытков.

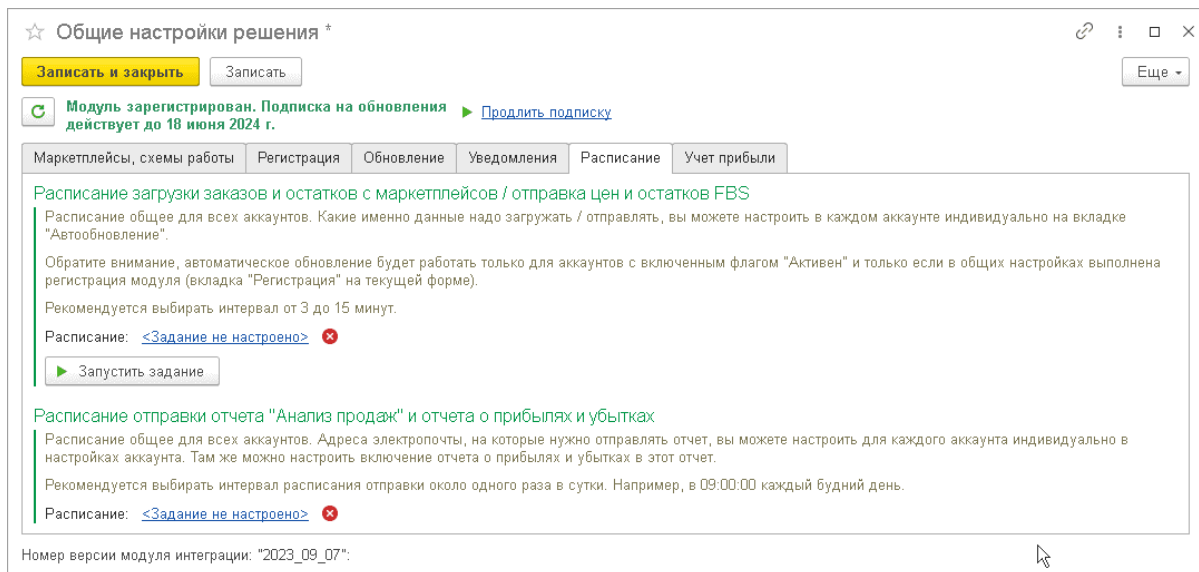
Чтобы весь перечисленный функционал работал с удобной вам периодичностью, надо настроить расписание.

Настройка расписания

1. Модуль позволяет настроить два разных расписания - первое для обмена заказами, остатками, ценами. Второе - для отправки отчета "Анализ продаж" и "Отчет о прибылях и убытках". Первое расписание рекомендуем настроить часто (с периодичностью от 3 до 15 минут), второе - пореже (не чаще одного раза в день).

В главной форме модуля интеграции перейдите на вкладку **Настройки** и нажмите кнопку **Общие настройки модуля интеграции**. Откроются настройки, которые распространяются на все созданные в модуле аккаунты на маркетплейсах.

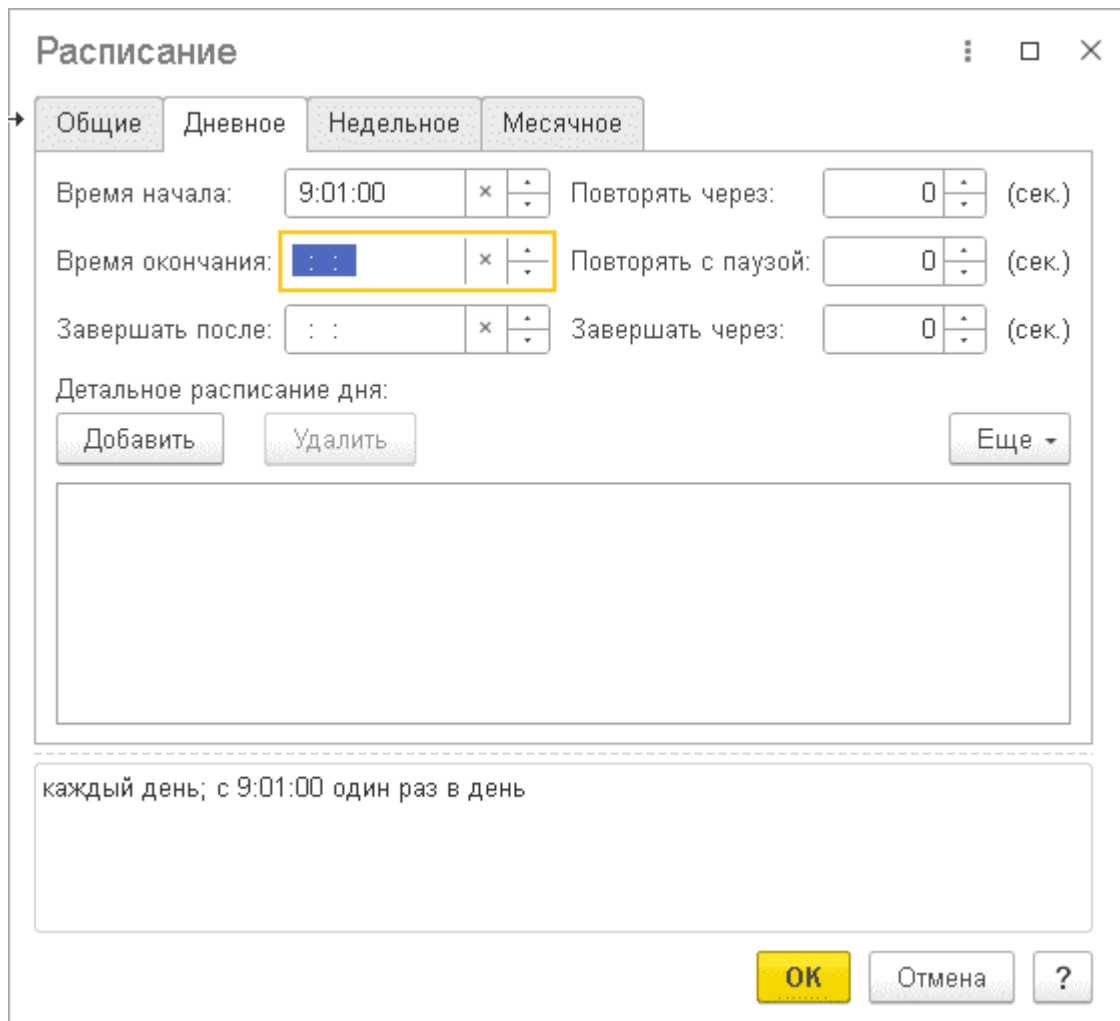
Перейдите на вкладку **Расписание**:



2. Вы увидите два разных расписания. Одно для автоматического обмена заказами, ценами, остатками. Второе - для отправки отчета о результатах торговли. Будет написано либо "Задание не настроено", либо будет значение текущего расписания. Нажмите на ссылку и настройте расписание.

3. Настройки расписания интуитивно понятны. На вкладках **Общие**, **Дневное**, **Недельное**, **Месячное** укажите значения для того, чтобы расписание было именно таким,

как вам надо. Например, можно настроить так:



Расписание

Общие Дневное Недельное Месячное

Время начала: 9:01:00 × Повторять через: 0 (сек.)

Время окончания: : : × Повторять с паузой: 0 (сек.)

Завершать после: : : × Завершать через: 0 (сек.)

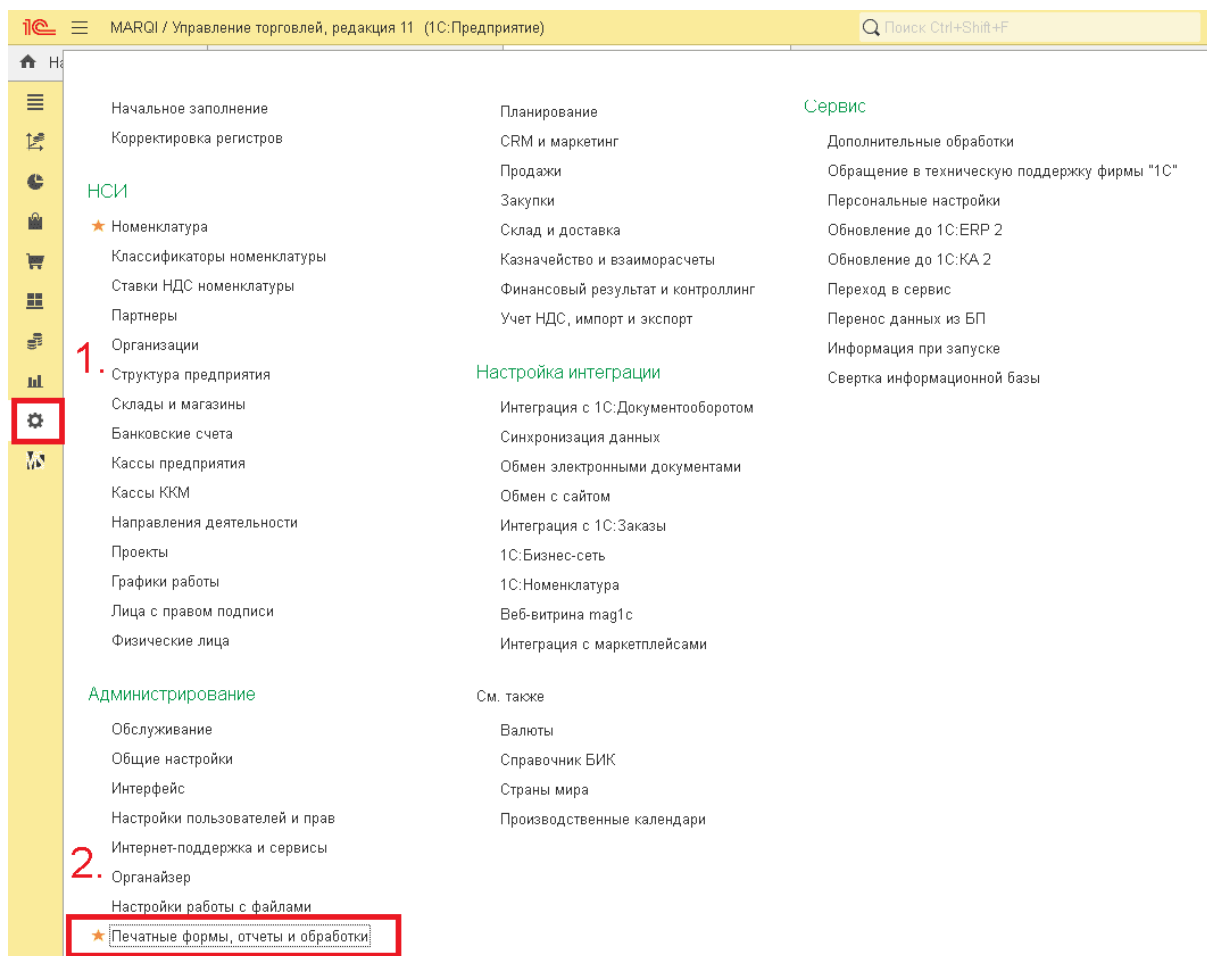
Детальное расписание дня:

Добавить Удалить Еще ▾

каждый день; с 9:01:00 один раз в день

OK Отмена ?

4. Для каждого расписания мы программно создаем в базе **1С** отдельную дополнительную обработку. Уже в ней хранится само расписание и команда запуска автоматических процедур. При желании вы можете зайти в список дополнительных обработок и отредактировать расписание там. Для этого в базе **1С** (не в интерфейсе нашего модуля интеграции) зайдите во вкладку **Администрирование, настройка, сервисные функции**, далее нажмите ссылку **Печатные формы, отчеты и обработки**:



Начальное заполнение
Корректировка регистров

НСИ

★ Номенклатура

Классификаторы номенклатуры
Ставки НДС номенклатуры
Партнеры
1. Организации
1. Структура предприятия
Склады и магазины
Банковские счета
Кассы предприятия
Кассы ККМ
Направления деятельности
Проекты
Графики работы
Лица с правом подписи
Физические лица

Администрирование

Обслуживание
Общие настройки
Интерфейс
Настройки пользователей и прав
Интернет-поддержка и сервисы
2. Органайзер
Настройки работы с файлами

★ Печатные формы, отчеты и обработки

Планирование

CRM и маркетинг
Продажи
Закупки
Склад и доставка
Казначейство и взаиморасчеты
Финансовый результат и контроллинг
Учет НДС, импорт и экспорт

Настройка интеграции

Интеграция с 1С:Документооборотом
Синхронизация данных
Обмен электронными документами
Обмен с сайтом
Интеграция с 1С:Заказы
1С:Бизнес-сеть
1С:Номенклатура
Веб-витрина mag1с
Интеграция с маркетплейсами

См. также

Валюты
Справочник БИК
Страны мира
Производственные календари

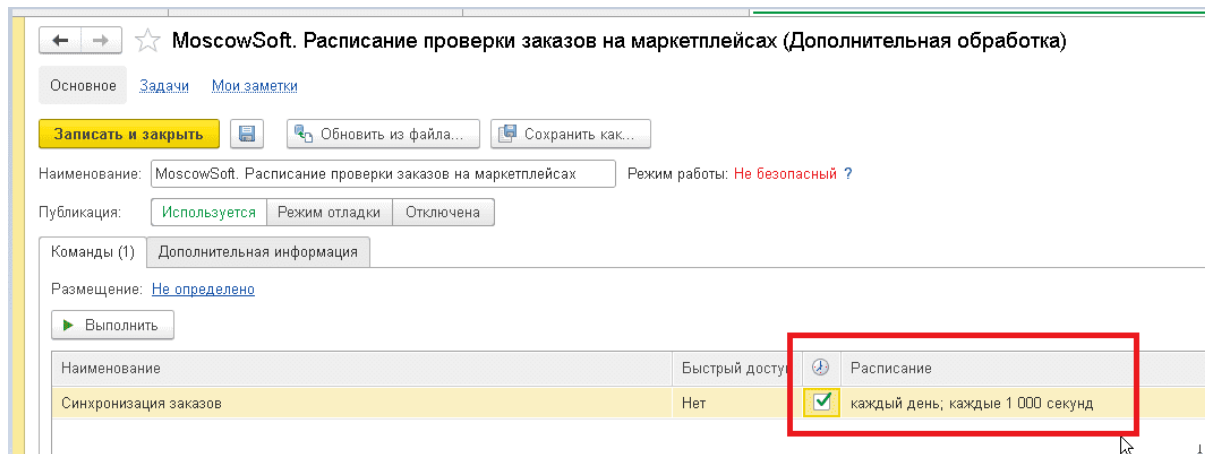
Сервис

Дополнительные обработки
Обращение в техническую поддержку фирмы "1С"
Персональные настройки
Обновление до 1С:ERP 2
Обновление до 1С:КА 2
Переход в сервис
Перенос данных из БП
Информация при запуске
Свертка информационной базы

открывшейся форме нажмите ссылку **Дополнительные отчеты и обработки**. Откроется список дополнительных отчетов и обработок. Обработки для хранения расписаний называются "MoscowSoft. Расписание отправка отчета об остатках товаров" и "MoscowSoft. Расписание проверки заказов на маркетплейсах". Для изменения расписания можете зайти в одну из обработок.

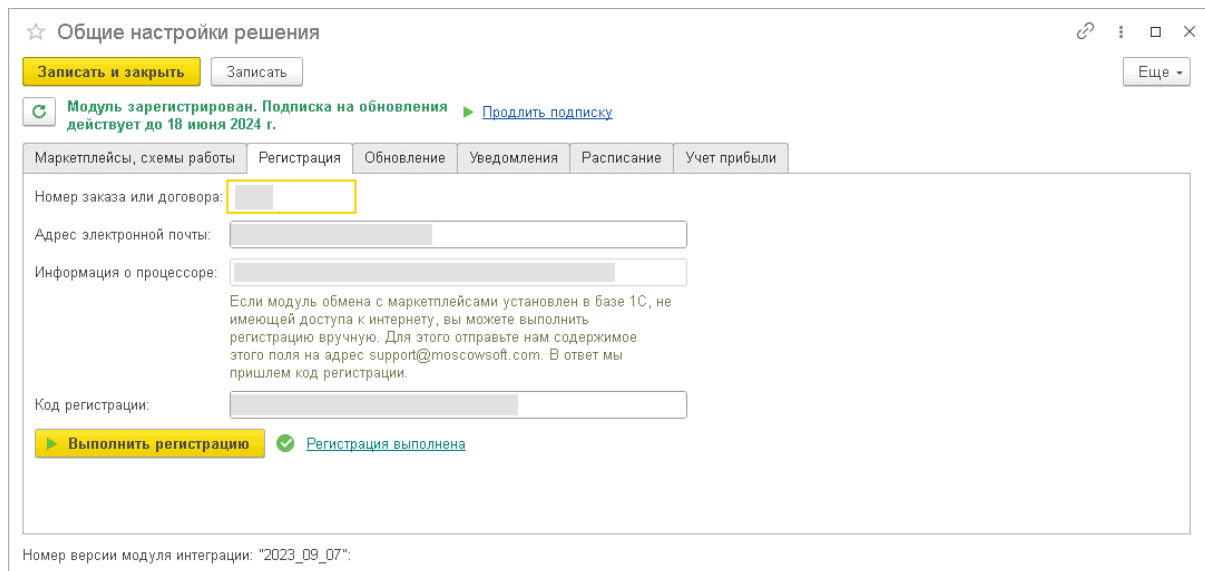
В ней нужно включить флаг использования расписания и настроить его. Пример расписания

и куда именно надо нажимать, смотрите на скриншоте:



Проверка регистрации модуля

1. После настройки расписания нужно убедиться, что модуль у вас зарегистрирован. Без этого автоматические операции работать не будут. В общих настройках перейдите на вкладку **Регистрация**:



Заполните номер заказа или договора, по которому приобретали модуль интеграции. Также заполните адрес электронной почты, с которого вы оформляли заказ. Информация о процессоре будет заполнена автоматически.

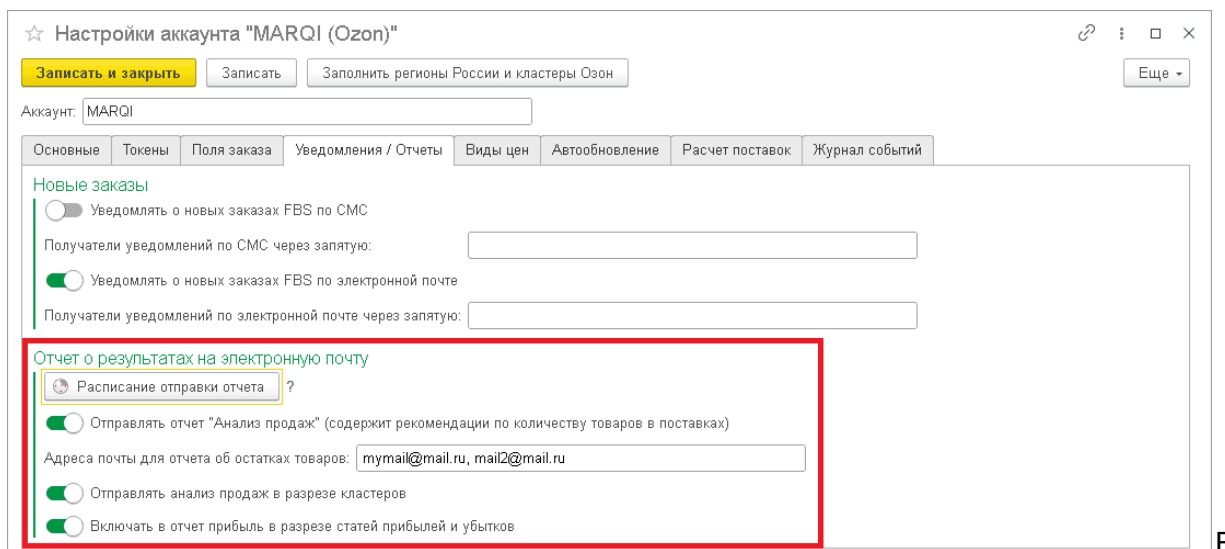
После заполнения нажмите кнопку **Выполнить регистрацию**. В случае, если указанная регистрационная информация совпадет с той, что вы указывали при оформлении заказа, появится надпись "Регистрация выполнена".

Регистрация привязывается к конкретному компьютеру. При переносе базы **1С** на другой компьютер будет необходимо заново пройти регистрацию. Количество регистраций не

ограничено. Но после регистрации на новом компьютере, на старом регистрация модуля будет сброшена.

Если с процессом регистрации возникнут затруднения, обращайтесь к нам в техподдержку, по всем вопросам поможем!

2. После регистрации модуля необходимо установить настройки для каждого аккаунта. На вкладке **Настройки** основного интерфейса модуля интеграции выберите нужный аккаунт и нажмите кнопку **Настройки аккаунта**. В открывшейся форме перейдите на вкладку **Уведомления / Отчеты**:



группе "Отчет о результатах на электронную почту" заполните через запятую адреса электронной почты для получения отчета "Анализ продаж". Включите сам переключатель **Отправлять отчет "Анализ продаж"**.

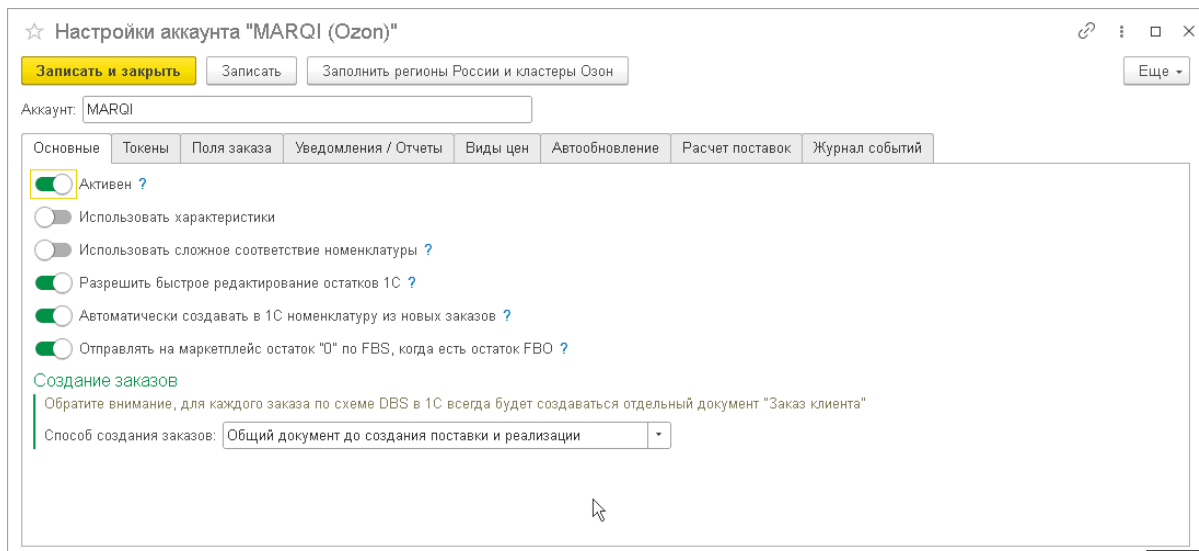
"Отправлять анализ продаж в разрезе кластеров" - эта опция актуальна только для маркетплейса Ozon. О принципах ее работы мы напишем в отдельной статье.

"Включать в отчет прибыль в разрезе статей прибылей и убытков" - данные о прибылях и убытках за прошлый и текущий месяц будут выведены в отчет, который вы получите по электронной почте.

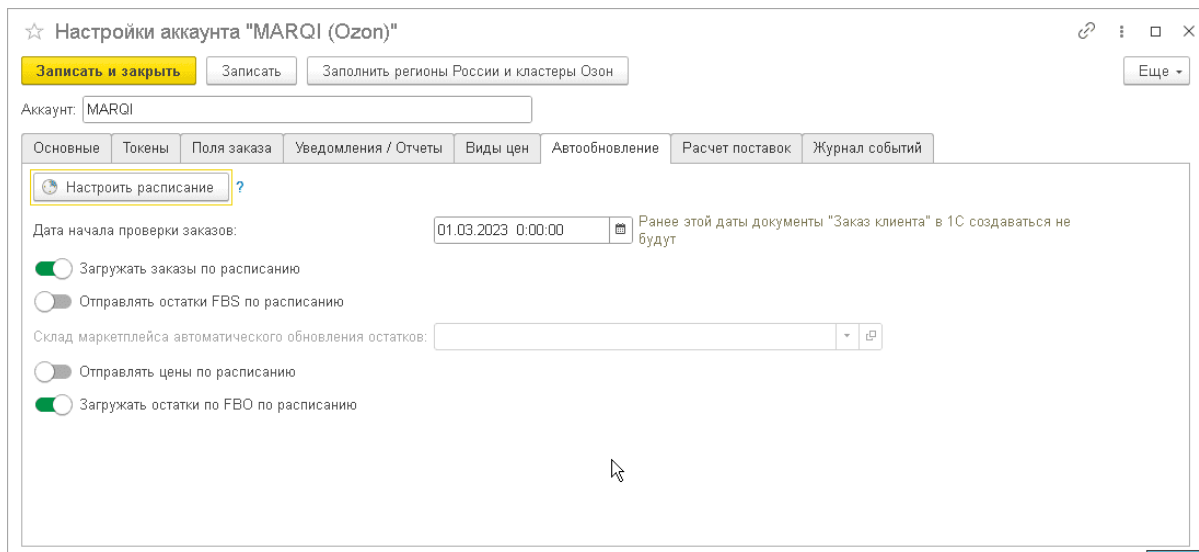
Сохраните настройки нажатием кнопки **Записать**. Подобную настройку необходимо выполнять для каждого активного аккаунта.

3. На вкладке **Основные** в настройках аккаунта убедитесь, что включен переключатель **Активен**. Если отключен, то включите. Если аккаунт неактивен, автоматические операции

выполняться не будут:



4. Далее необходимо на той же форме **Настройки аккаунта** перейти на вкладку **Автообновление** и заполнить настройки обмена заказами, остатками и ценами:



"Дата начала проверки заказов" - ранее этой даты заказы маркетплейса загружаться в 1С не будут.

"Отправлять остатки FBS по расписанию" - включайте эту опцию, если работаете по схеме FBS и если остатки в 1С корректные.

"Склад маркетплейса автоматического обновления остатков" - на каждом из популярных маркетплейсов требуется указать список и адреса ваших складов. Далее при указании остатков товаров на ваших складах для данного маркетплейса вы их указываете именно в разрезе этих складов. Если обновление остатков по FBS настроено автоматическое, программе необходимо знать, какой из ваших складов, известных маркетплейсу, будет считаться складом для этих остатков.

На этом настройка автоматических операций в решении **"МС:Интеграция 1С с маркетплейсами"** завершена. Вы можете перейти к ознакомлению с инструкцией по расчету прибыли от торговли на маркетплейсах или изучить расчет необходимых поставок на маркетплейс Озон в разрезе кластеров.

Планирование поставок на маркетплейсы с помощью интеграции с 1С

При использовании нашего решения **"МС:Интеграция с маркетплейсами"** вы можете планировать поставки товаров на маркетплейсы, используя историю продаж. **Маркетплейс Озон** предупредит вас по электронной почте, когда товар закончится, **маркетплейс Wildberries** не сделает даже этого. Поэтому контроль за остатками товаров на складах маркетплейсов - это ваша забота.

Также очень сложно рассчитывать необходимое количество товаров в поставке начиная с момента, когда у вас хотя бы 50 товаров в ассортименте. Представим ситуацию, что у вас небольшое производство. Исходя из текущих продаж нужно составить сначала план производства, дождаться его выполнения, и только после этого можно будет отправлять товары на склад маркетплейса. Поэтому знать прогноз продаж на маркетплейсе в разрезе товаров критически важно.

В отличие от конкурентных решений у нас реализован прогноз продаж не только по среднему количеству продаж за период, но и с учетом линейного тренда. То есть, например, если анализ количества продаж товаров выполняется за два прошедших месяца, то система посмотрит продажи каждого товара за первый месяц и за второй месяц. И если был рост продаж, то посчитает, что данный рост продолжится. Если было падение продаж (например, у вас сезонный товар, и в данный момент сезон заканчивается), то линейная функция прогноза продаж будет создана из расчета, что продажи в следующем месяце будут меньше.

Таким образом, в нашем решении **"МС:Интеграция с маркетплейсами"** есть возможность построить план продаж по одному из двух алгоритмов - по средним продажам или линейный тренд. Кроме того, есть возможность включить уведомления не только о товарах, которые закончились на складе маркетплейса, но и о том, что какого-то товара осталось примерно на X дней продаж. Таким образом можно дополнительно подстраховаться от ситуации, когда товар закончился на складе.

Давайте пройдем по шагам процесс расчета плана поставки

1. Начинается работа со вкладки **Поставки (FBO)**. Нажимаем кнопку **Создать план поставки**:



← → МС:Интеграция с маркетплейсами. Аккаунт "MARQI (Wildberries)"

Меню Настройки Номенклатура Заказы маркетплейса Заказы FBS Поставки FBS Поставки FBO Журнал событий

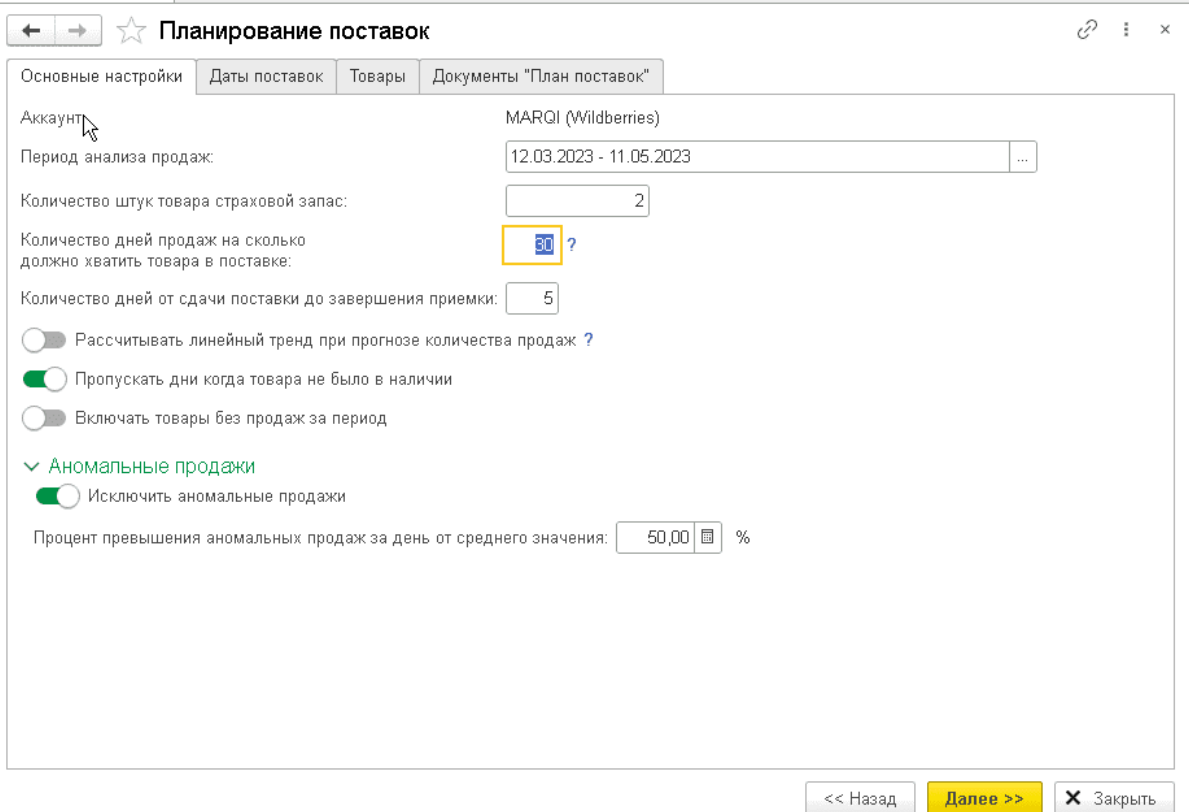
Планирование поставок Готовые планы поставок

У маркетплейса Wildberries нет возможности программно через API создавать заявки на поставки. Но по просьбам заказчиков мы разработали алгоритм планирования поставок. Он позволяет определить, какие товары в какие даты рекомендуется отгружать на маркетплейсы, чтобы товары не пропали из наличия.

Сформированные планы поставок в разрезе дат и товаров сохраняются, и вы можете их редактировать или отменять на вкладке "Готовые планы поставок". Используйте их как черновики для создания заявок на поставки в личном кабинете маркетплейса.

▶ Создать план поставки

2. На первой вкладке необходимо указать значения параметров расчета и создаваемой поставки:



← → ☆ Планирование поставок

Основные настройки Даты поставок Товары Документы "План поставок"

Аккаунт: MARQI (Wildberries)

Период анализа продаж: 12.03.2023 - 11.05.2023

Количество штук товара страховой запас: 2

Количество дней продаж на сколько должно хватить товара в поставке: 30 ?

Количество дней от сдачи поставки до завершения приемки: 5

Рассчитывать линейный тренд при прогнозе количества продаж ?

Пропускать дни когда товара не было в наличии

Включать товары без продаж за период

▼ Аномальные продажи

Исключить аномальные продажи

Процент превышения аномальных продаж за день от среднего значения: 50,00 %

<< Назад Далее >> ✕ Закрыть

По умолчанию анализ будет выполняться за два месяца назад от текущей даты. Можно указать количество штук товара страховой запас (сколько должно остаться товара) даже после завершения того количества дней, на которое мы планируем поставить товар.

Далее заполняем как раз это количество дней. Суть параметра **"Количество дней продаж на сколько должно хватить товара в поставке"** означает, что при сохранении текущих показателей по средним продажам (или текущего линейного тренда по изменению продаж)

товара должно хватить на указанное количество дней.

Следующий параметр **"Количество дней от сдачи поставки до завершения приемки"** означает, что товары из поставки начнут продаваться не ранее этого времени, ведь приемка поставки всегда означает время. А значит текущий свободный остаток товаров будет уменьшаться. И даже может стать нулевым по отдельным товарам.

Следующий параметр **"Рассчитывать линейный тренд..."** как раз необходим для переключения между алгоритмами. Если планируете, что сезонность в ближайшее время не будет меняться и сами считаете, что продажи расти или уменьшаться по другим причинам не будут, то лучше выбрать алгоритм по средней. Иначе можете включить алгоритм "линейный тренд".

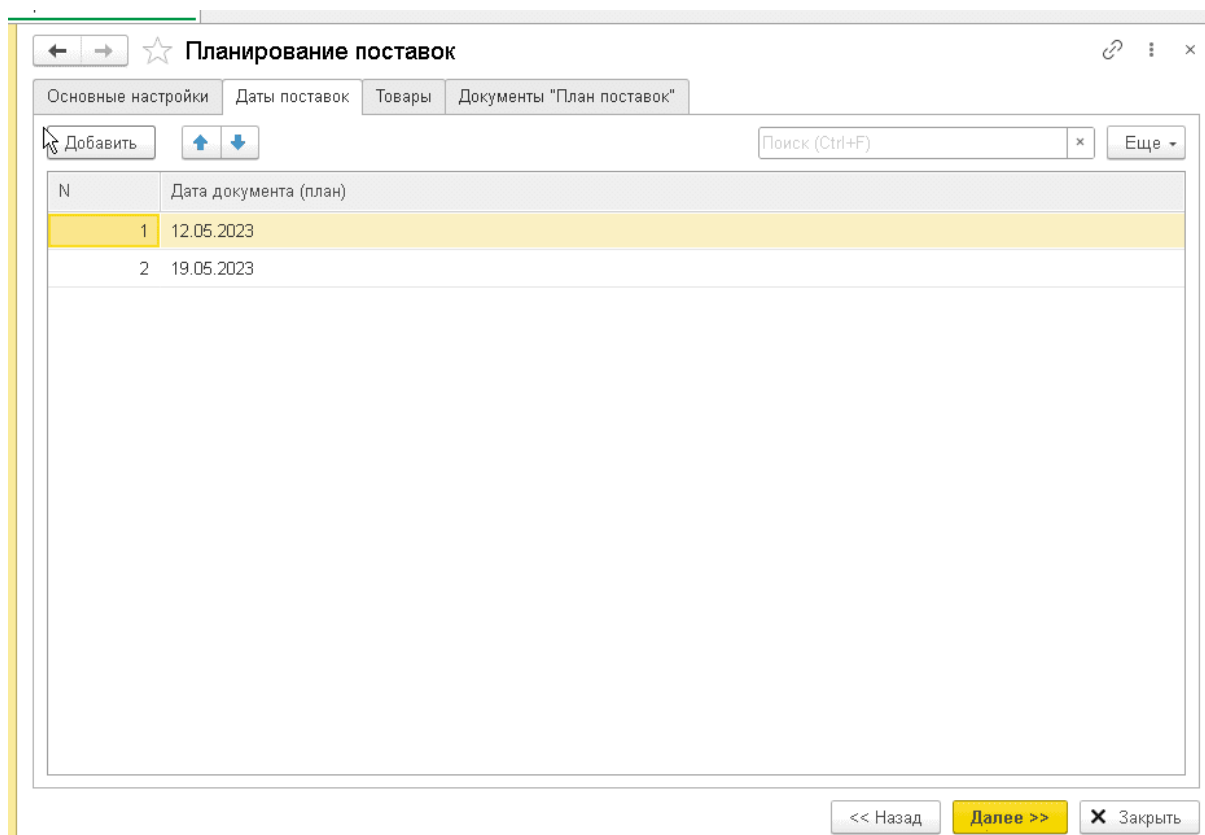
Параметр **"Пропускать дни, когда не было в наличии"** очень важен. Ведь может оказаться, что из 60 дней, за которые анализируем продажи, например, 20 дней товара просто не было в наличии. И, допустим, за оставшиеся 40 дней товар был продан в количестве 50 штук. Ведь в этом случае необходимо для расчета средних продаж 50 штук делить именно на 40 дней, а не 60 дней. У нас используется достаточно точный и сложный алгоритм расчета и хранения ситуаций, когда товара не было в наличии. Ведь у маркетплейсов нет отдельной команды для получения информации, был ли определенный товар на складе на определенный день.

"Включать товары без продаж за период" - речь про товары, которые за период анализа вообще не продавались. По ним система не сможет рассчитать план поставки, т.к. средние продажи у таких товаров 0 шт. в день.

"Исключить аномальные продажи". Может такое произойти, что за один день купят 10-20 шт. какого-то товара. Что-то вроде оптовой закупки. Но это разовая ситуация, как правило она не повторяется. Вот чтобы такие аномальные всплески продаж не учитывать в расчете средних продаж, можете включить данный параметр. По умолчанию он включен.

После заполнения настроек нажмите кнопку **Далее**.

3. На следующем шаге необходимо указать даты планируемых поставок товаров на маркетплейс **Wildberries** или **Ozon**:



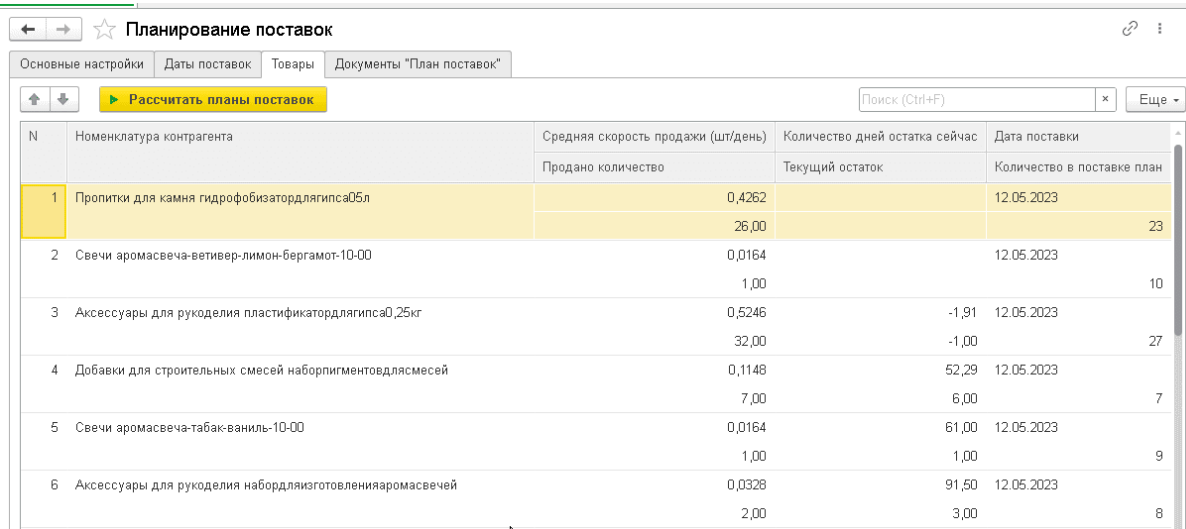
N	Дата документа (план)
1	12.05.2023
2	19.05.2023

Суть

в том, что система те товары, остаток у которых по прогнозу не станет нулевым до даты не первой поставки, может распределить на вторую дату или далее. При таком расчете учитывается еще и параметр **"Количество дней от сдачи поставки до завершения приемки"**. То есть нужно помнить, что от сдачи поставки до старта продаж товара пройдет время.

Обратите внимание, мы не учитываем пока в алгоритмах средний процент выкупа товара. Вообще говоря, это тоже важная часть алгоритма расчета. В некоторых категориях товаров, особенно в одежде, процент выкупа может быть 35-40%. В этом случае будет много покатушек товаров. И только 60-65% заказов будут превращаться в продажу. Таким образом, нужно чтобы алгоритм учитывал, что далеко не каждый заказ станет продажей.

4. Нажмите кнопку **Далее**. Нажмите кнопку **Рассчитать план поставки**.



N	Номенклатура контрагента	Средняя скорость продажи (шт/день)	Количество дней остатка сейчас	Дата поставки
		Продано количество	Текущий остаток	Количество в поставке план
1	Пропитки для камня гидрофобизатордлягипса05л	0,4262		12.05.2023
		26,00		23
2	Свечи аромасвеча-ветивер-лимон-бергамот-10-00	0,0164		12.05.2023
		1,00		10
3	Аксессуары для рукоделия пластификатордлягипса0,25kg	0,5246	-1,91	12.05.2023
		32,00	-1,00	27
4	Добавки для строительных смесей наборпигментовдлясмесей	0,1148	52,29	12.05.2023
		7,00	6,00	7
5	Свечи аромасвеча-табак-ваниль-10-00	0,0164	61,00	12.05.2023
		1,00	1,00	9
6	Аксессуары для рукоделия набордляизготовленияаромасвечей	0,0328	91,50	12.05.2023
		2,00	3,00	8

Система рассчитает среднее значение продаж в день по каждому товару, заполнит необходимое количество товара для того, чтобы хватило на выбранное ранее вами количество дней продаж. Таблица-результат будет отсортирована по уменьшению значения средних продаж товара в день.

5. Нажмите кнопку **Далее**. Таблица плана поставки товаров будет сохранена в базе. В ней можно будет вернуться, можно будет распечатать ее состав или отредактировать количества товаров вручную. Обратите внимание, сохраненные планы поставок при новом расчете никак не учитываются. Каждый раз расчет производится заново. То есть нужно считать, что сохраненный план поставок - это просто черновик поставки. Будет она в таком виде отправлена или нет - дальше решать уже вам.

Расчет поставок в регионы для маркетплейса Ozon

Индекс локализации и алгоритм расчета поставок

Одним из универсальных советов для увеличения продаж на маркетплейсах в последние годы был такой - отправить свои товары на все крупные региональные склады. В среднем это давало рост продаж до 30% по сравнению с периодом, когда товары хранились, например, только на одном центральном московском складе. Согласитесь, вероятность покупки существенно вырастает, если потенциальный покупатель видит, что ожидать доставку товара он может за один день, а не за семь, как у конкурента. Эта рекомендация - отправлять товары на все региональные склады, является актуальной и на сегодняшний день. Однако год за годом крупнейшие маркетплейсы все больше следят за товаром с низкой оборачиваемостью, запрещают поставлять такой, вводят для таких товаров дорогое хранение. Сохранить высокие продажи в регионах и при этом оптимизировать стоимость хранения вам могут помочь только точные расчеты.

В 2023 году маркетплейс **Озон** ввел индекс локализации. Все регионы России, Казахстана и Беларуси поделены на группы, которые назвали кластерами. Если говорить простыми словами, ваш индекс локализации увеличивается, когда заказ на **Озоне** будет доставлен клиенту из склада внутри его домашнего кластера. Если товар придется везти из другого кластера, такой заказ понижает ваш индекс локализации. Продавцы с высоким значением этого индекса получают скидки на услуги логистики независимо от того, текущая доставка товара происходит внутри кластера или нет. Подробно с индексом локализации можете [ознакомиться в документации](#).

Мы рекомендуем использовать простой алгоритм для расчета необходимого количества каждого товара к отправке на определенный региональный склад. Для каждого товара вы выбираете страховой запас. Это количество товара, которое вы хотите на каждом кластере поддерживать минимально. Даже если за последний месяц товар в определенном кластере не продавался ни разу, система будет считать, что товар нужно отправить на склад данного кластера, если текущий остаток в нем ниже страхового запаса.

Далее вы указываете количество дней глубины хранения остатков. То есть на сколько дней продаж с данного кластера вам должно хватить остатка товара при сохранении текущей скорости продаж данного товара.

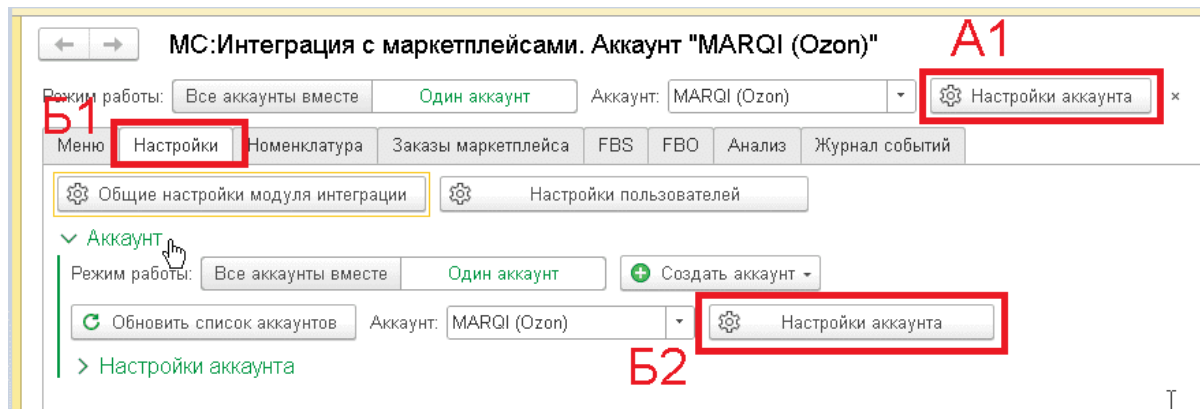
Итоговое количество товара, которое необходимо хранить на складах каждого кластера регионов в маркетплейсе **Озон** будет равному большему из чисел - либо страховой запас, либо количество товара, которое хватит на выбранное число дней продаж. Страховой запас обычно выбирают небольшой, 2, 3, 5 или 10 шт. Глубину хранения остатков товаров обычно выбирают от 30 до 60 дней. Менее 30 дней считается недостаточным количеством остатков товара - при колебании спроса вы не успеете сделать поставку. А при глубине хранения более 60 дней вы будете платить слишком много за хранение товаров на складах.

Как настроить расчет необходимых поставок товаров в разрезе кластеров регионов на маркетплейс Ozon в "МС:Интеграция 1С с маркетплейсами" и получать эту информацию регулярно себе на электронную почту?

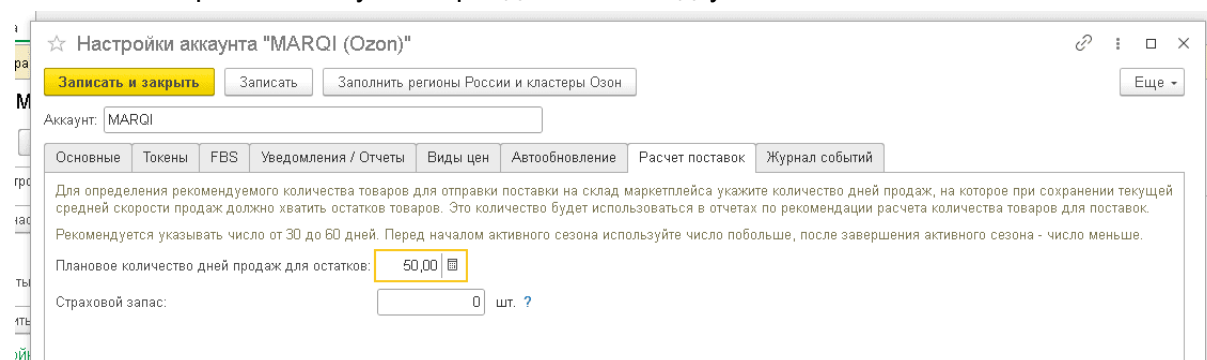
1. Зайдите в базу **1С** с [установленным модулем "МС:Интеграция с маркетплейсами"](#). Выберите в списке аккаунтов ваш кабинет в маркетплейсе **Ozon**, либо создайте новый кабинет (нужно будет указать настройку токена для подключения к API маркетплейса **Ozon**).

Далее либо сверху нажмите кнопку **Настройки аккаунта**, либо перейдите на вкладку

Настройки и там нажмите кнопку **Настройки аккаунта**:

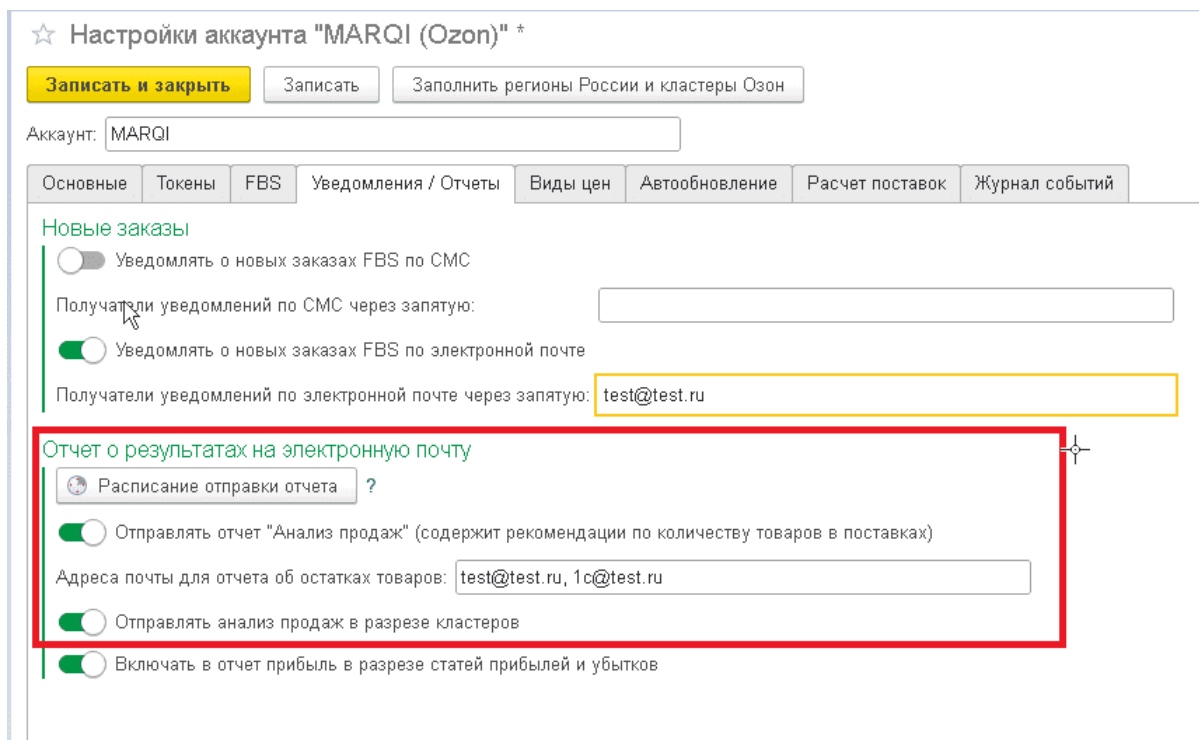


2. В настройках аккаунта перейдите на вкладку **Расчет поставок**:



3. Заполните значения количества дней, на которое должно хватать остатков и количество штук товара для страхового запаса. По нашему алгоритму страховой запас не суммируется с количеством товара, нужным для выбранного числа дней продаж. Только если продаж товара не было и его нет в остатках складов данного кластера в настоящий момент, тогда система будет считать, что надо отвезти на склад данного кластера количество товара, равное страховому запасу.

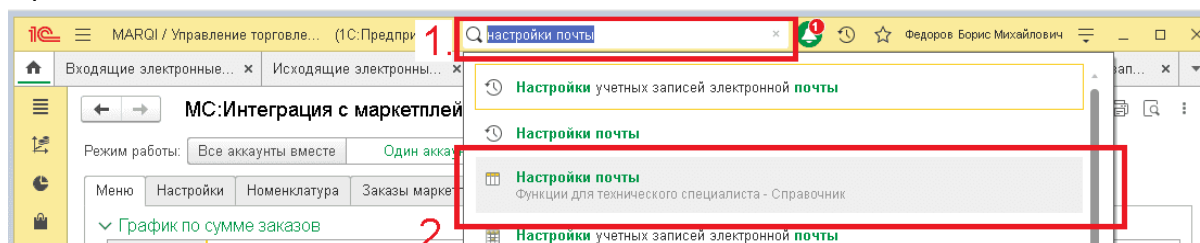
4. Далее можно переходить к настройке отправки отчета об остатках и продажах товаров. Этот отчет содержит рекомендации по количеству товаров в поставке в каждый из кластеров. Перейдите на вкладку **Уведомления / Отчеты**:



Включите переключатель **Отправлять отчет "Анализ товаров"....** Включите переключатель **Отправлять анализ продаж в разрезе кластеров.** В поле **Адреса почты для отчета об остатках товаров** укажите через запятую те адреса электронной почты, куда должен приходиться отчет.

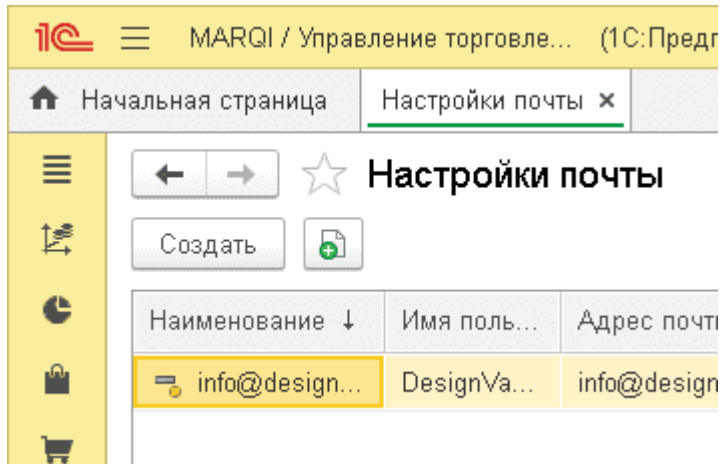
После этого нажмите на кнопку **Расписание отправки отчета** и настройте периодичность отправки отчета. Обычно отправлять его утром один раз в день бывает достаточно. Помните, что расписание отправки отчета о продажах общее для всех кабинетов на маркетплейсах.

5. Отправка отчета о продажах и рекомендаций по количеству товаров для поставки выполняется от имени системной учетной записи электронной почты. Проверить, поменять или настроить ее можете следующим образом. Сверху справа в окне **1С** напишите в поисковой строке "Настройки почты" и из списка выберите вариант как показано на скриншоте:

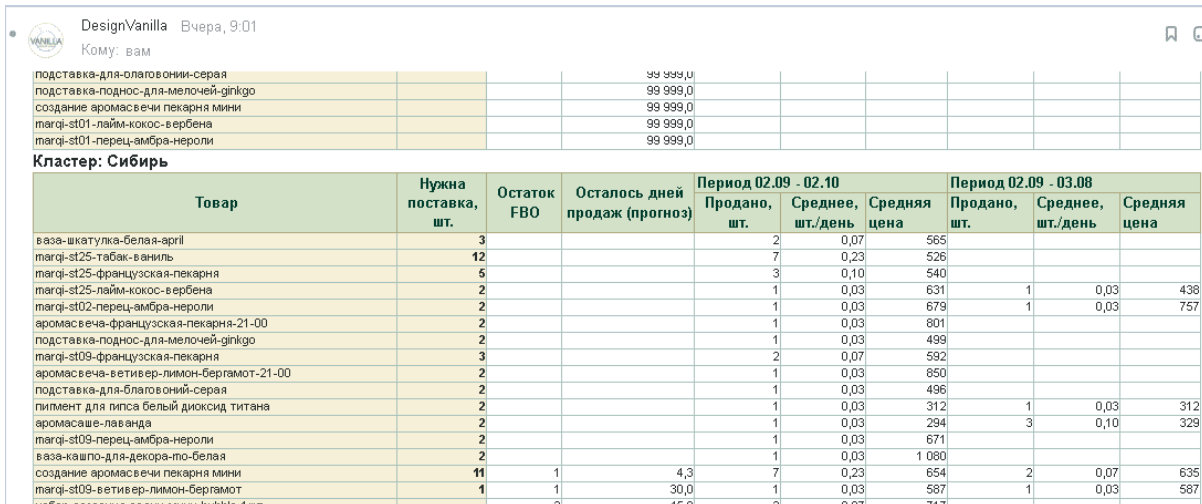


В списке учетных записей электронной почты будет один или более элементов. Вам нужно выбрать тот, у которого пиктограмма в левой колонке содержит не только синюю линию, но и оранжевый кружок, как на скриншоте ниже. Такой пиктограммой обозначается системная учетная запись электронной почты. Зайдите в эту учетную запись двойным щелчком мыши,

заполните настройки учетной записи электронной почты. В конце нажмите на кнопку **Проверить настройки**. Если все заполнено корректно, вы получите об этом сообщение. После этого отправка отчетов на электронную почту будет работать.



6. Отчет на почту будет содержать сначала общий расчет по всем кластерам, далее ниже будет по каждому кластеру отдельная информация. Приведем скриншот расчета по кластеру "Сибирь" и разберем, какие колонки содержит отчет и как они заполняются.



Товар	Нужна поставка, шт.	Остаток FBO	Осталось дней продаж (прогноз)	Период 02.09 - 02.10			Период 02.09 - 03.08		
				Продано, шт.	Среднее, шт./день	Средняя цена	Продано, шт.	Среднее, шт./день	Средняя цена
ваза-шкатулка-белая-арли	3			2	0,07	565			
magi-st25-табак-ваниль	12			7	0,23	526			
magi-st25-французская-пекарня	5			3	0,10	540			
magi-st25-лайм-кокос-вербена	2			1	0,03	631	1	0,03	438
magi-st02-перец-амбра-нероли	2			1	0,03	679	1	0,03	757
аромасвеча-французская-пекарня-21-00	2			1	0,03	801			
подставка-поднос-для-мелочей-ginkgo	2			1	0,03	499			
magi-st09-французская-пекарня	3			2	0,07	592			
аромасвеча-ветивер-лимон-бергамот-21-00	2			1	0,03	850			
подставка-для-благовоний-серая	2			1	0,03	496			
пигмент для гипса белый диоксид титана	2			1	0,03	312	1	0,03	312
аромасаше-лаванда	2			1	0,03	294	3	0,10	329
magi-st09-перец-амбра-нероли	2			1	0,03	671			
ваза-кашпо-для-декора-по-белая	2			1	0,03	1 080			
создание аромасвечи пекарня мини	11	1	4,3	7	0,23	654	2	0,07	635
magi-st09-ветивер-лимон-бергамот	1	1	30,0	1	0,03	587	1	0,03	587
набор-словами-с-семьями-и-дети-1шт.	1	3	45,0	2	0,07	717			

На скриншоте приведен расчет для кластера "Сибирь" при настройке хранения товаров на 50 дней продаж и со значением страхового запаса 0 шт. Сортировка товаров в отчете производится по возрастанию количества дней, на сколько хватит товаров. То есть сверху всегда будут товары, которые или уже закончились на складе или закончатся в ближайшие дни. Как мы можем видеть на скриншоте, в данный момент много товаров, которые за последний месяц продавались, уже закончились на складах данного кластера. Только в последних строках скриншота видно товары, которые пока есть в остатках. Товар "создание аромасвечи пекарня мини" есть в количестве 1 шт. и этого хватит примерно на 4 дня продаж (т.к. в среднем за 4 дня продается одна штука этого товара).

Продажи учтены в ПВЗ данного кластера, откуда бы реально товары не ехали. А вот остатки в колонке **Остаток FBO** отображаются именно по складу внутри кластера "Сибирь". Такая настройка отчета позволяет в приоритете отгружать в кластер именно те товары, которые заказывали люди в прошлом периоде.

Также на скриншоте есть две группы с периодом продаж. Они называются "Период 02.09 - 02.10" и "02.09 - 03.08". То есть это последний месяц до текущей даты и месяц до него. Благодаря этим колонкам можно проследить не только продажи за последний период, но и какие они были ранее. Например, можно увидеть, что продажи товара выросли или упали и принять соответствующие меры. Причем такой анализ можно провести как в целом по маркетплейсу **Озон**, также и по каждому кластеру в отдельности.

Период анализа продаж в данном отчете на электронную почту будет всегда равен одному месяцу. Средние продажи каждого товара также берутся за последний месяц. Даже если вы выберете количество дней, на сколько хотите отправить товары на склады в размере 62, то есть два месяца, все равно анализ средних продаж будет взят за один месяц.

Анализ за произвольный период

Если вы хотите выбрать другой период, это можно сделать, но не в этом отчете, а в интерфейсе "Анализ" в базе 1С. [В отдельной статье вы можете изучить инструкцию по использованию этого интерфейса.](#) Также мы [записали видеодемонстрацию](#) с советами по использованию этого функционала.

Анализ продаж и остатков товаров на складах маркетплейсов в 1С

Оповещение что товар скоро закончится

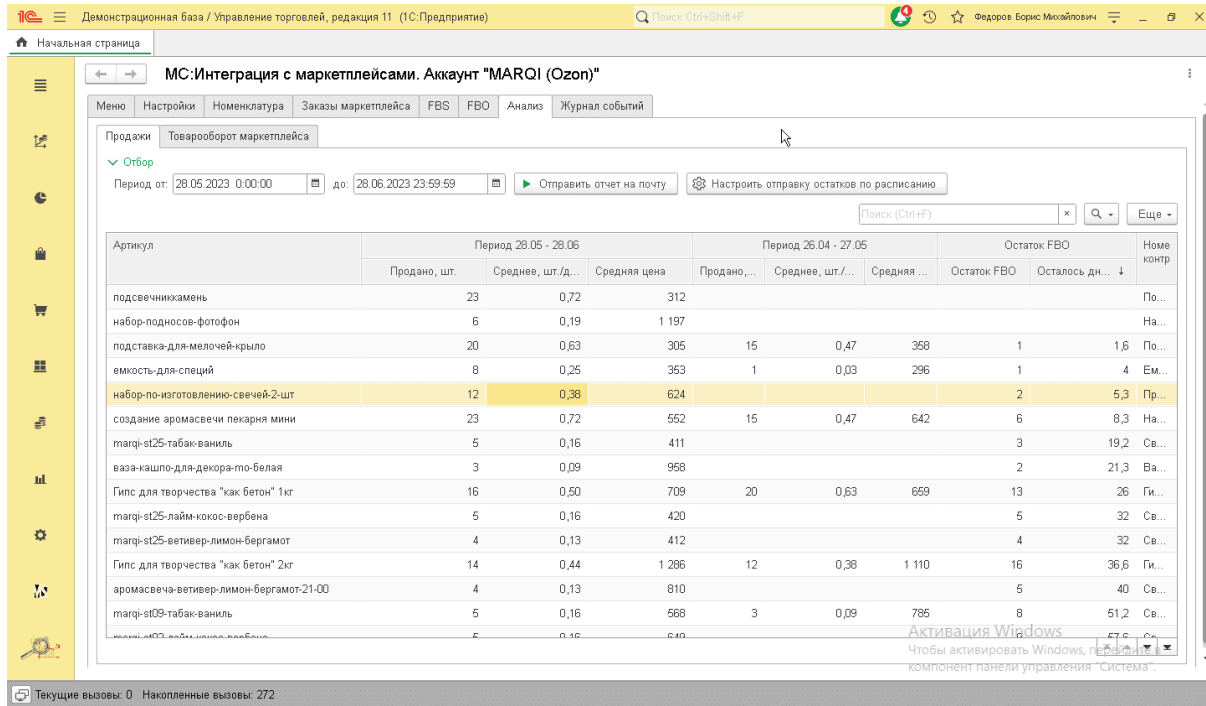
У **маркетплейса Ozon** есть удобное оповещение о том, что какой-то товар закончился на складах маркетплейса. Но что если пойти дальше и анализировать, на сколько дней осталось товаров на складах маркетплейса при сохранении текущей скорости продаж? Мы сделали такой функционал в своем модуле "**МС:Интеграция 1С с маркетплейсами**"

Инструкция по использованию

На случай, если вам удобнее прочитать текстовую инструкцию, ее мы тоже подготовили:

1. Зайдите в базу 1С, откройте модуль "**МС:Интеграция 1С с маркетплейсами**" от компании MoscowSoft, если его автоматическое открытие при входе в базу у вас не настроено. На вкладке **Анализ - Продажи** разверните сверху фильтр с заголовком **Отбор**. Откроется окно с анализом продаж и остатков товаров для текущего аккаунта на маркетплейсе. Обратите внимание на колонку **Осталось дней продаж** (она вторая справа) -

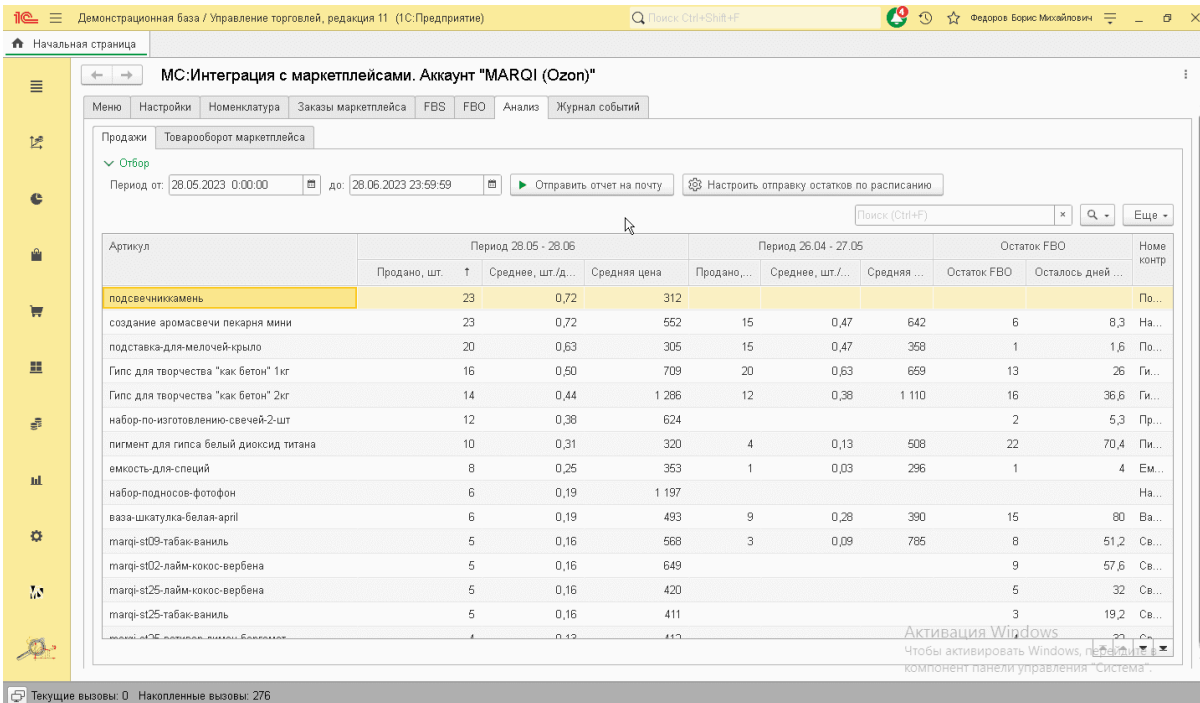
это прогноз, на сколько дней осталось товара на складе маркетплейса при сохранении текущей скорости продаж.



Артикул	Период 28.05 - 28.06			Период 26.04 - 27.05			Остаток FBO		Номер контр
	Продано, шт.	Среднее, шт./д...	Средняя цена	Продано,...	Среднее, шт./...	Средняя ...	Остаток FBO	Осталось дн...	
подсвечникамень	23	0,72	312						По...
набор-подносов-фотофон	6	0,19	1 197						На...
подставка-для-мелочей-крыло	20	0,63	305	15	0,47	368	1	1,6	По...
емкость-для-специй	8	0,25	353	1	0,03	296	1	4	Ем...
набор-по-изготовлению-свечей-2-шт	12	0,38	624				2	5,3	Пр...
создание аромасвечи пекарня мини	23	0,72	552	15	0,47	642	6	8,3	На...
marqi-st25-табак-ваниль	5	0,16	411				3	19,2	Св...
ваза-кашпо-для-декора-то-белая	3	0,09	958				2	21,3	Ва...
Гипс для творчества "как бетон" 1кг	16	0,50	709	20	0,63	659	13	26	Ги...
marqi-st25-лайм-кокос-вербена	5	0,16	420				5	32	Св...
marqi-st25-ветивер-лимон-бергамот	4	0,13	412				4	32	Св...
Гипс для творчества "как бетон" 2кг	14	0,44	1 266	12	0,38	1 110	16	36,6	Ги...
аромасвеча-ветивер-лимон-бергамот-21-00	4	0,13	810				5	40	Св...
marqi-st09-табак-ваниль	5	0,16	568	3	0,09	785	8	51,2	Св...
marqi-st25-лайм-кокос-вербена	5	0,16	640				5	57,6	Св...

2. Будет заполнена таблица с продажами за текущий месяц в сравнении с предыдущим месяцем. Вы можете изменить длительность периода анализа, для этого поменяйте значения в полях **Период от ... до** Можете поменять сортировку, например, вот так будет выглядеть тот же отчет с сортировкой по убыванию количества продаж за последний 31

день:



Меню Настройки Номенклатура Заказы маркетплейса FBS FBO Анализ Журнал событий

Продажи Товароборот маркетплейса

Отбор

Период от: 28.05.2023 0:00:00 до: 28.06.2023 23:59:59

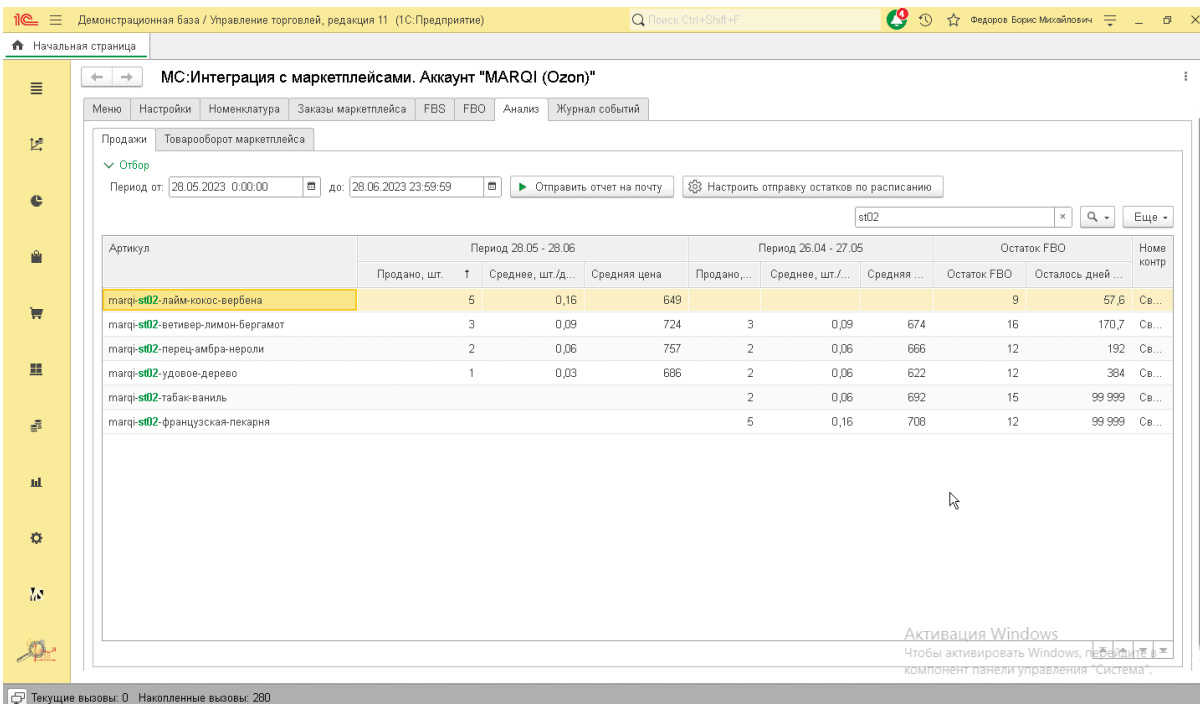
Поиск (Ctrl+F)

Артикул	Период 28.05 - 28.06			Период 26.04 - 27.05			Остаток FBO		Номер контр
	Продано, шт.	Среднее, шт./д...	Средняя цена	Продано,...	Среднее, шт./...	Средняя ...	Остаток FBO	Осталось дней ...	
подсвечник-амень	23	0,72	312						По...
создание аромасвечи пекарня мини	23	0,72	552	15	0,47	642	6	8,3	На...
подставка-для-мелочей-крыло	20	0,63	305	15	0,47	368	1	1,6	По...
Гипс для творчества "как бетон" 1кг	16	0,50	709	20	0,63	659	13	26	Ги...
Гипс для творчества "как бетон" 2кг	14	0,44	1 266	12	0,38	1 110	16	36,6	Ги...
набор-по-изготовлению-свечей-2-шт	12	0,38	624				2	5,3	Пр...
пигмент для гипса белый диоксид титана	10	0,31	320	4	0,13	508	22	70,4	Пи...
емкость-для-специй	8	0,25	353	1	0,03	296	1	4	Ем...
набор-подносов-фотофон	6	0,19	1 197						На...
ваза-шкатулка-белая-арп1	6	0,19	493	9	0,28	390	15	80	Ва...
marqi-st09-табак-ваниль	5	0,16	568	3	0,09	785	8	51,2	Св...
marqi-st02-лайм-кокос-вербена	5	0,16	649				9	57,6	Св...
marqi-st25-лайм-кокос-вербена	5	0,16	420				5	32	Св...
marqi-st25-табак-ваниль	5	0,16	411				3	19,2	Св...

Активация Windows
Чтобы активировать Windows, перейдите на сайт Microsoft и выберите компонент панели управления "Система".

Текущие вызовы: 0 Накопленные вызовы: 276

3. Также можно использовать стандартную возможность платформы 1С - установить фильтр списка. Например, для одной модели товара, доступной в разных ароматах (речь про ароматические свечи) можно заполнить значение в поле Поиск и фильтр будет применен автоматически:



Меню Настройки Номенклатура Заказы маркетплейса FBS FBO Анализ Журнал событий

Продажи Товароборот маркетплейса

Отбор

Период от: 28.05.2023 0:00:00 до: 28.06.2023 23:59:59

st02

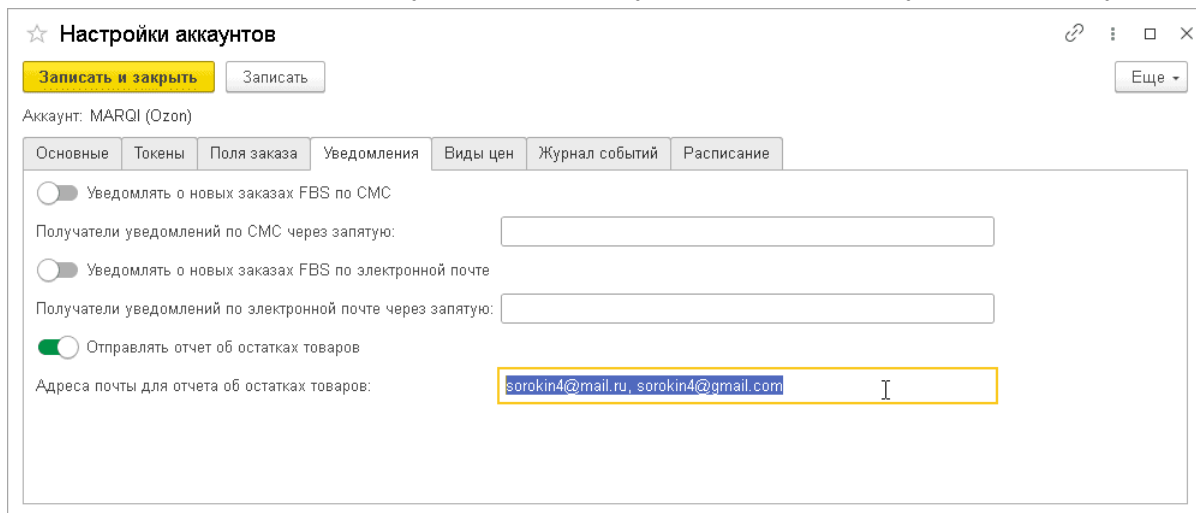
Артикул	Период 28.05 - 28.06			Период 26.04 - 27.05			Остаток FBO		Номер контр
	Продано, шт.	Среднее, шт./д...	Средняя цена	Продано,...	Среднее, шт./...	Средняя ...	Остаток FBO	Осталось дней ...	
marqi-st02-лайм-кокос-вербена	5	0,16	649				9	57,6	Св...
marqi-st02-ветивер-лимон-бергамот	3	0,09	724	3	0,09	674	16	170,7	Св...
marqi-st02-перец-амбра-нероли	2	0,06	757	2	0,06	666	12	192	Св...
marqi-st02-удовое-дерево	1	0,03	686	2	0,06	622	12	384	Св...
marqi-st02-табак-ваниль				2	0,06	692	15	99 999	Св...
marqi-st02-французская-пекарня				5	0,16	708	12	99 999	Св...

Активация Windows
Чтобы активировать Windows, перейдите на сайт Microsoft и выберите компонент панели управления "Система".

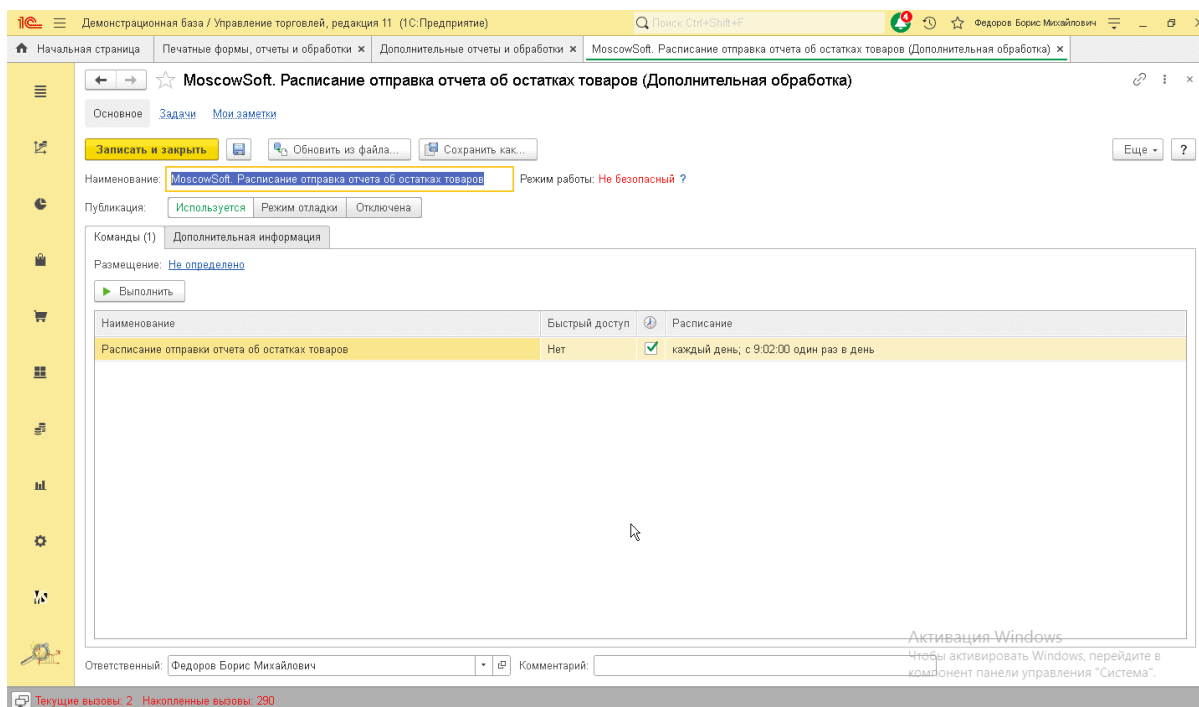
Текущие вызовы: 0 Накопленные вызовы: 280

4. Отчет с продажами и остатками товаров с сортировкой по возрастанию количества дней, на сколько осталось товаров на складах маркетплейса, вы можете получать себе на электронную почту с выбранной периодичностью. Для настройки адресов почты получателей отчета нажмите кнопку **Настроить отправку остатков по расписанию**.

Откроется окно настроек аккаунта, где можно указать через запятую адреса получателей:



5. Расписание отправки отчета можно настроить в списке внешних отчетов и обработок. Для настройки перейдите во вкладку **НСИ и администрирование**, далее нажмите ссылку **Печатные формы, отчеты и обработки**, в открывшемся окне нажмите ссылку **Дополнительные отчеты и обработки**. В списке найдите строку с наименованием **MoscowSoft. Расписание отправка отчета об остатках товаров**. Зайдите в нее двойным щелчком мыши:



Демонстрационная база / Управление торговлей, редакция 11 (1С:Предприятие)

Наименование: **MoscowSoft. Расписание отправка отчета об остатках товаров** Режим работы: Не безопасный ?

Публикация: Используется Режим отладки Отключена

Наименование	Быстрый доступ	Расписание
Расписание отправки отчета об остатках товаров	Нет	<input checked="" type="checkbox"/> каждый день, с 9:02:00 один раз в день

Активация Windows
Чтобы активировать Windows, перейдите в компонент панели управления "Система".

Текущие вызовы: 2 Накопленные вызовы: 290

Для того, чтобы отчет с анализом продаж и остатками товаров отправлялся автоматически по расписанию, нужно включить флаг как на скриншоте выше и зайти в настройки расписания. На скриншоте приведен пример, как будет выглядеть расписание, если выбрана отправка один раз каждый день в 09:02:00.

Выводы

Сценарии, как можно использовать данный отчет, очень разнообразны. Думаю, вы сможете придумать больше его применений, мы смогли мы. Если у вас есть соображения, как можно улучшить наш модуль интеграции 1С с маркетплейсами, пожалуйста, пишите нам на почту task@moscowsoft.com!

Простая загрузка цен в 1С из Excel, Google.Docs или других табличных документов

Наш модуль **"МС:Интеграция 1С с маркетплейсами"** позволяет рассчитывать прибыль от торговой деятельности на маркетплейсах. Мы используем свои очень простые интерфейсы для учета финансовый операций вместо возможностей от **1С**, которые есть, но достаточно сложны в настройке. Подробные рекомендации по учету прибыли в нашем модуле можете изучить в отдельной статье.

Принцип расчета прибыли

Принцип расчета прибыли от деятельности заключается в том, что по каждой продаже товара берется цена продажи и вычитается себестоимость товара. В себестоимость необходимо включить все расходы на производство/продажу данного товара, которые можете посчитать в расчете на одно изделие (то есть всю unit-экономику). Это позволит точно знать, какие из товаров приносят вам прибыль, а какие убыток. Еще раз за подробностями отправляем вас в отдельную статью.

Отдельная наша рекомендация заключается в том, что в понятие "**Себестоимость**" нужно включить вообще все, что можно на одно изделие отнести. И комиссии маркетплейса и налоги государству и расходы на рекламу и, в идеале, расходы на оплату труда ваших работников и аренду помещений. Последние два вида расхода получится распределить на себестоимость только в том случае, если объем продукции, которую вы производите/продаете каждый месяц, примерно одинаковый. Если объем производимой продукции от месяца к месяцу может значительно меняться, то данные виды расходов (аренда и оплата труда) не надо пытаться распределить в расчете на одно изделие. В этом случае эти расходы стоит внести отдельно.

Знаем, что согласно классической экономической теории налоги за продажу товара не следует включать в себестоимость товара. Их вычитают обычно уже позже, из чистой прибыли. Но, например, при использовании системы налогообложения УСН или для самозанятых, можно рассчитать налог заранее и все-таки включить в себестоимость изделия. Тогда в момент продажи будет сразу известно, сколько прибыли принесла каждая продажа данного товара.

Понятно, что стоимость товаров постоянно меняется. Меняются комиссии маркетплейса, материалы, из которых вы производите продукцию. Таким образом, себестоимость товаров также будет постоянно меняться.

Загрузка цен в 1С из Excel, Google.Docs или других табличных документов

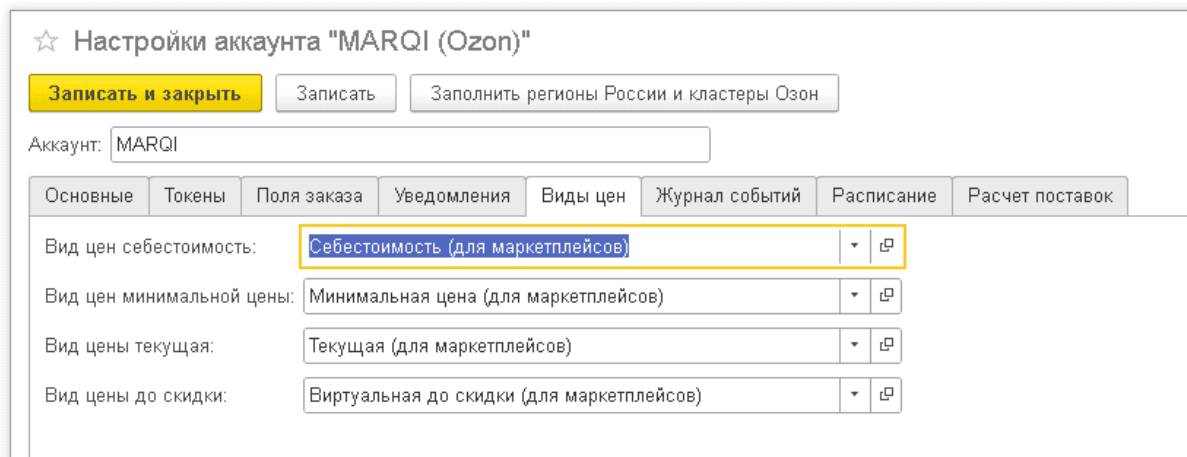
Расчет себестоимости обычно ведут в **Excel** или **Google Docs** или в **1С**. После сложения всех расходов их значение умножают на норму прибыли для данного товара и получают минимальную допустимую стоимость продажи товара. Выглядеть это может примерно так:

	В	С	В	Е	Г	Н	И	К	Л	М		
1							Неисп. сырье, только приплата сотрудников и	Гипс-бетон	Пластфикатор, Белый			
2	Название	Артикул Ozon	Штрихкод	Цена текущая	Почти идеика (коэффициент г), её можно	Реальная наценка с учетом налог и комиссии	МИН. цена	ИТОГО себестоимость (с комиссиями МП, с налогом 6%, с 1%	Расход гипс бетона, г	Стоимо сть гипс бетона	Вес, г	Сумма, руб.
60	подсвечник для 3-х чайных свечей_го	подсвечник-белый		386	1,6	1,41	322	229				
70												
71												

Значение из колонки "**Себестоимость**" в приведенном примере нужно загрузить в **1С** как значение вида цен "**Себестоимость**".

Подробно расскажем, как это сделать в нашем модуле.

1. Сначала необходимо убедиться, что вид цен для учета себестоимости у вас заполнен в настройках. Заполняется он в настройках аккаунта. Зайдите на вкладку **Настройки**, нажмите кнопку **Настройки аккаунта**, в открывшейся форме перейдите на вкладку **Виды цен**. Необходимо заполнить значение поля **Вид цен себестоимость**:



☆ Настройки аккаунта "MARQI (Ozon)"

Записать и закрыть | Записать | Заполнить регионы России и кластеры Озон

Аккаунт: MARQI

Основные | Токены | Поля заказа | Уведомления | **Виды цен** | Журнал событий | Расписание | Расчет поставок

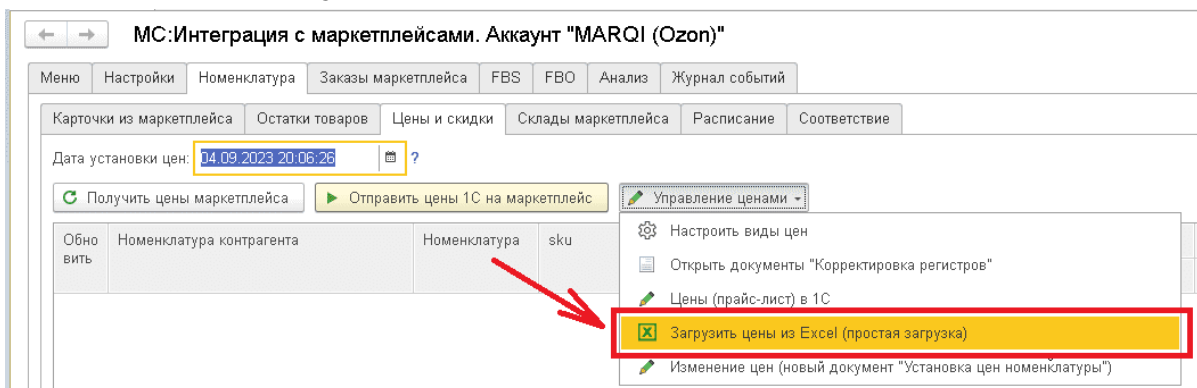
Вид цен себестоимость: Себестоимость (для маркетплейсов) | |

Вид цен минимальной цены: Минимальная цена (для маркетплейсов) | |

Вид цены текущая: Текущая (для маркетплейсов) | |

Вид цены до скидки: Виртуальная до скидки (для маркетплейсов) | |

2. Далее закройте настройки аккаунта. В основном интерфейсе модуля интеграции 1С с маркетплейсами перейдите на вкладку **Номенклатура**, откройте подчиненную вкладку **Цены и скидки**. Раскройте меню **"Управление ценами"** и выберите пункт **Загрузить цены из Excel (простая загрузка)**.



← → МС:Интеграция с маркетплейсами. Аккаунт "MARQI (Ozon)"

Меню | Настройки | Номенклатура | Заказы маркетплейса | FBS | FBO | Анализ | Журнал событий

Карточки из маркетплейса | Остатки товаров | **Цены и скидки** | Склады маркетплейса | Расписание | Соответствие

Дата установки цен: 04.09.2023 20:06:26 ?

Получить цены маркетплейса | Отправить цены 1С на маркетплейс | Управление ценами

- Настроить виды цен
- Открыть документы "Корректировка регистров"
- Цены (прайс-лист) в 1С
- Загрузить цены из Excel (простая загрузка)**
- Изменение цен (новый документ "Установка цен номенклатуры")

Обновить	Номенклатура контрагента	Номенклатура	sku
----------	--------------------------	--------------	-----

3. У вас откроется форма обработки загрузки, на ней будет табличное поле, похожее на интерфейс Excel. В это табличное поле нужно вставить таблицу с ценами. Заголовок одной из колонок должен быть или **"Артикул"** или **"Штрихкод"** (по этим полям будет поиск номенклатуры в базе 1С выполняться) и еще заголовок одной из колонок должен быть **"Цена"**. В этом случае на выбранную дату по выбранному виду цен в базе 1С будут установлены цены номенклатуры равные значениям в колонке **"Цена"**. Настройка может

- [Добавить новую плановую операцию](#)
- [Настроить автоматический расчет прогноза продаж на текущий месяц](#)

Основные расходы

Разумеется, чтобы посчитать прибыль от торговли на маркетплейсах, в первую очередь вам надо знать себестоимость по каждому товару. Причем желательно учесть в себестоимости товара максимум понесенных вами расходов.

Давайте перечислим основные расходы, которые можно назвать и посчитать их долю на единицу каждого товара для торговой компании (которая не занимается производством):

- закупка самих товаров;
- доставка товаров до вашего склад;
- печать штрихкода для товаров;
- печать этикетки для товаров, часть с указанием штрихкода;
- печать маркировки для многих категорий товаров;
- дополнительная упаковка товаров по требованиям маркетплейсов;
- защитная упаковка для целостности товаров (чаще всего воздушно-пузырчатая пленка и/или вспененный полиэтилен), также скотч;
- коробки и/или паллеты для транспортировки товаров;
- оплата труда сотрудников склада и менеджеров, которые администрируют учет и продажу товаров;
- оплата доставки товаров до сортировочных центров маркетплейсов;
- часто оплата услуги кросс-докинга (так на Ozon называется доставка от сортировочного центра до склада назначения товаров);
- аренда помещения для склада;
- аренда помещения для вашего офиса;
- оплата электроэнергии, отопления, холодной и горячей воды;
- хозтовары для склада и офиса, воды, чай, кофе, печенье, сливки и т.д.

Стоимость услуг самих маркетплейсов состоит не только из комиссии за продажу. Как правило, услуги распределены на много пунктов. Для маркетплейса **Ozon** этот список может выглядеть, например, так:

- комиссия за продажу товара;
- логистика;
- последняя миля;
- обратная логистика за возврат или отмену заказа;
- обработка возвратов;
- обработка отмененных и невостребованных товаров;
- обработка частичного невыкупа;
- обработка товара в составе грузоместа на FBO;
- услуга по бронированию места и персонала для поставки с неполным составом;
- услуга продвижения Бонусы продавца;

- утилизация со стока;
- транспортно-экспедиционные услуги Кроссдокинг;
- услуга размещения товаров;
- иные маркетинговые и технические услуги (так называют расходы на рекламу);
- услуга по обработке опознанных излишков;
- подписка Premium или подписка Premium Plus;
- обработка сроков годности на FBO.

Торговая компания может заниматься многими направлениями деятельности. И на фоне оптовой торговли товарами с дилерами общая прибыль от деятельности может быть положительной. Но важно выделять именно прибыль от торговли на маркетплейсах. Если на маркетплейсы вышли недавно, и эта прибыль отрицательная, то нужно следить за ее изменение от месяца к месяцу. Есть ли тенденция к выходу выше точки безубыточности? Через какое время?

Все эти мысли приводят нас к необходимости вести учет прибыли от торговли на маркетплейсах.

Алгоритм расчета прибыли и убытков

В нашем модуле "**МС:Интеграция 1С с маркетплейсами**" предлагается такой алгоритм расчета. Для каждого товара рассчитывается себестоимость, в которую уже посчитан налог государству за продажу товара и также все услуги маркетплейса. Если объем продаж товаров на маркетплейсах в месяц плюс-минус одинаковый, то также можно заложить и оплату труда сотрудников и долю от аренды помещения в эту себестоимость. Да, с точки зрения классической экономической теории некорректно добавлять налоги к себестоимости товаров. Но если какой-то переменный расход есть возможность рассчитать именно на единицу одного проданного товара, то почему бы это не сделать? Поэтому мы рекомендуем добавить в расчете unit-экономики товаров налог государству за данный проданный товар сразу к себестоимости. В случае, когда НДС, а не УСН так просто налог уже не посчитать, конечно.

Обычно такую сложную полную себестоимость рассчитывают в Excel или Google.Docs. Сделать это придется вам. Мы можем помочь только тем, что таблицу-шаблон пришлем. Если такая таблица нужна, напишите на почту task@moscowsoft.com, будем рады поделиться.

Все остальные постоянные и переменные расходы рекомендуем считать и учитывать в разрезе статей.

В модуле "**МС:Интеграция с маркетплейсами**" мы также сделали еще управленческий учет не только по фактическим доходам и расходам, но также сделали учет плановых показателей. То есть по каждой статье доходов или расходов можно внести финансовую операцию с планируемой суммой. Учет финансовых операций у нас сейчас ведется без разреза кабинетов на маркетплейсах, то есть вы всегда будете видеть общую картину.

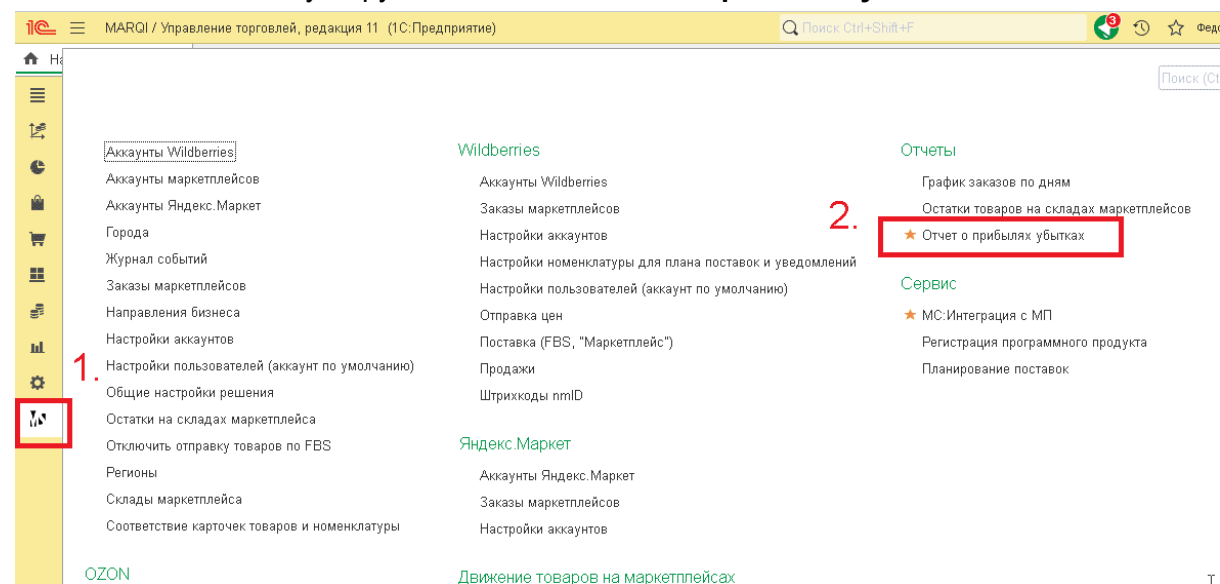
Типовые операции при расчете прибыли и убытков в модуле 1С

Итак, давайте разберем, как в интерфейсе нашего решения для интеграции с маркетплейсами можно сделать типовые популярные операции:

- [Открыть отчет о прибылях и убытках \(два способа\) >>](#)
- [Как работать с отчетом о прибылях и убытках >>](#)
- [Добавить новую плановую операцию по статье расходов >>](#)
- [Настроить автоматический расчет прогноза продаж на текущий месяц >>](#)

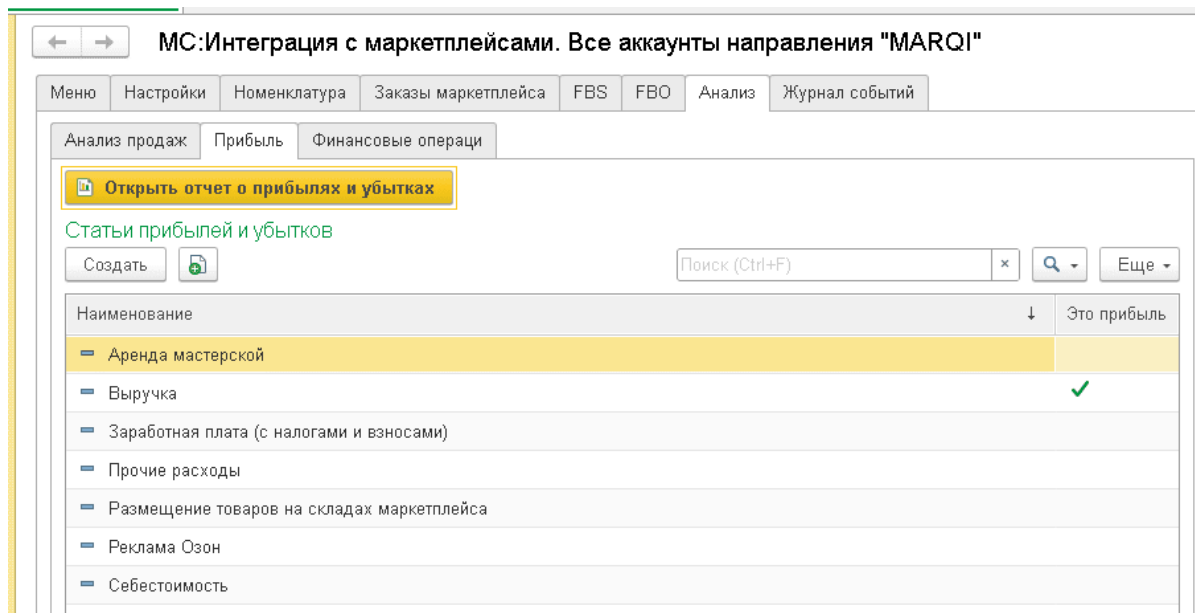
Открыть отчет о прибылях и убытках (два способа)

1. **Вариант 1.** Из рабочего окна подсистемы "МС:Интеграция с маркетплейсами" можете нажать ссылку в группе **Отчеты - Отчет о прибылях и убытках**.



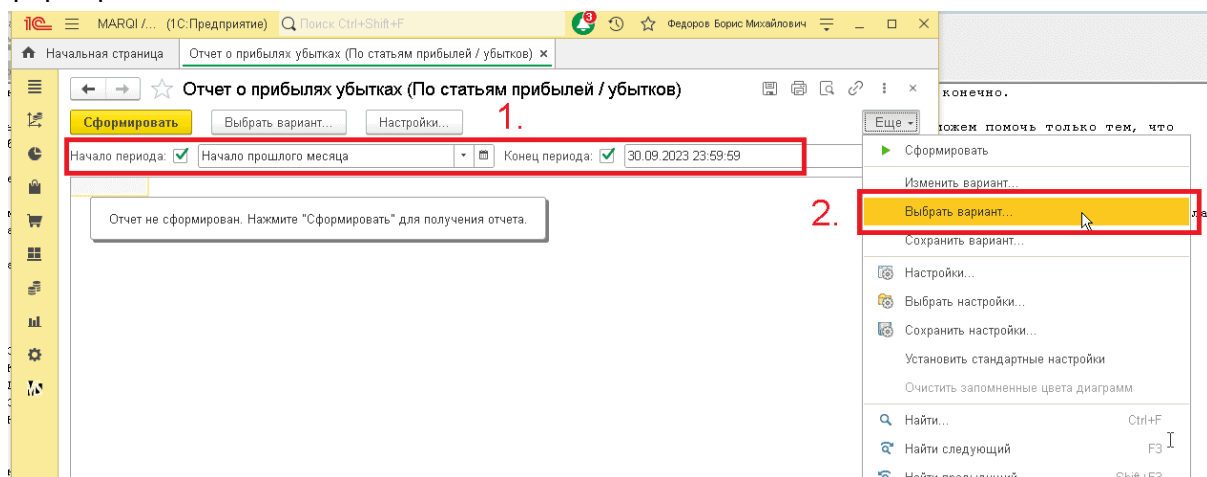
2. **Вариант 2.** В интерфейсе основного рабочего окна решения нажмите **Анализ - Прибыль**. Вы увидите кнопку **Открыть отчет о прибылях и убытках**. Кроме того, на этой странице можно добавлять новые статьи прибылей и убытков. Обратите внимание, список

статей прибылей и убытков общий для всех аккаунтов.



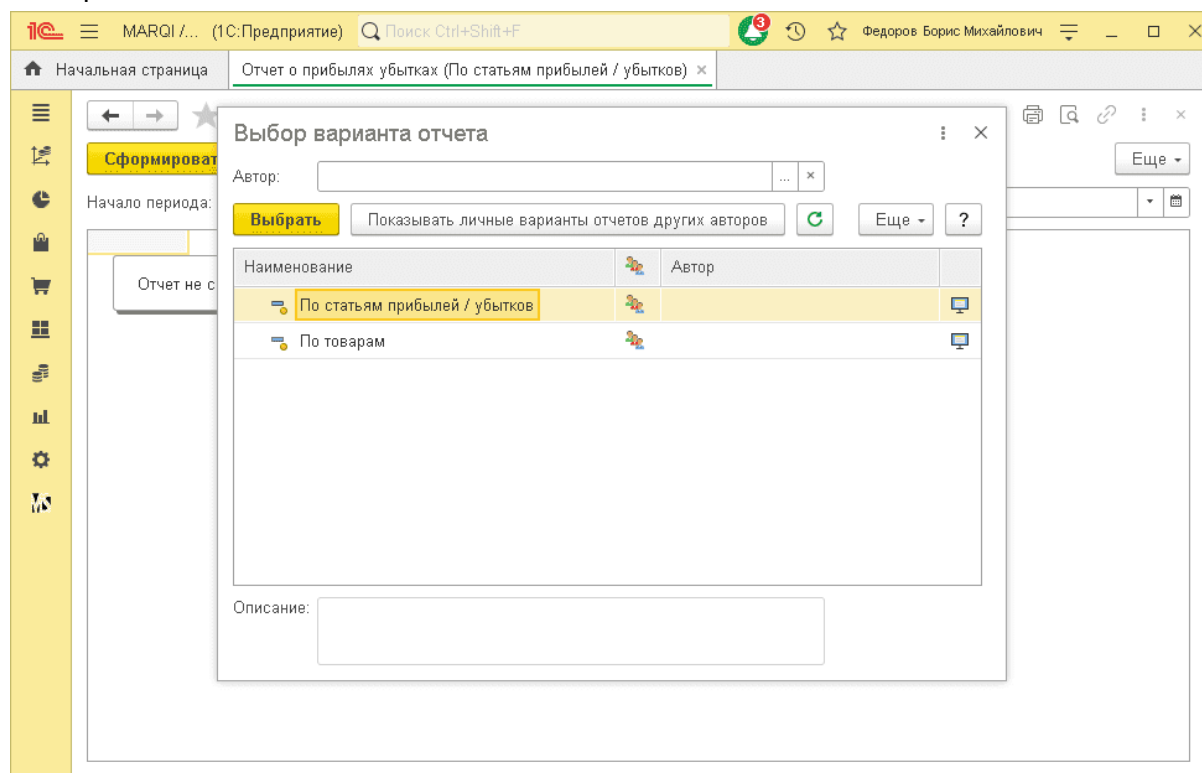
Как работать с отчетом о прибылях и убытках

В форме отчета можно выбрать период формирования данных, а также вариант формирования отчета.



Для целей расчета прибыли нужно использовать вариант **По статьям прибылей / убытков**. Второй вариант отчета - **По товарам** будет полезен для **ABC-анализа** товаров при торговле

на маркетплейсах:



Пример формирования реального отчета с данными в разрезе статей прибылей и убытков может выглядеть у вас так:

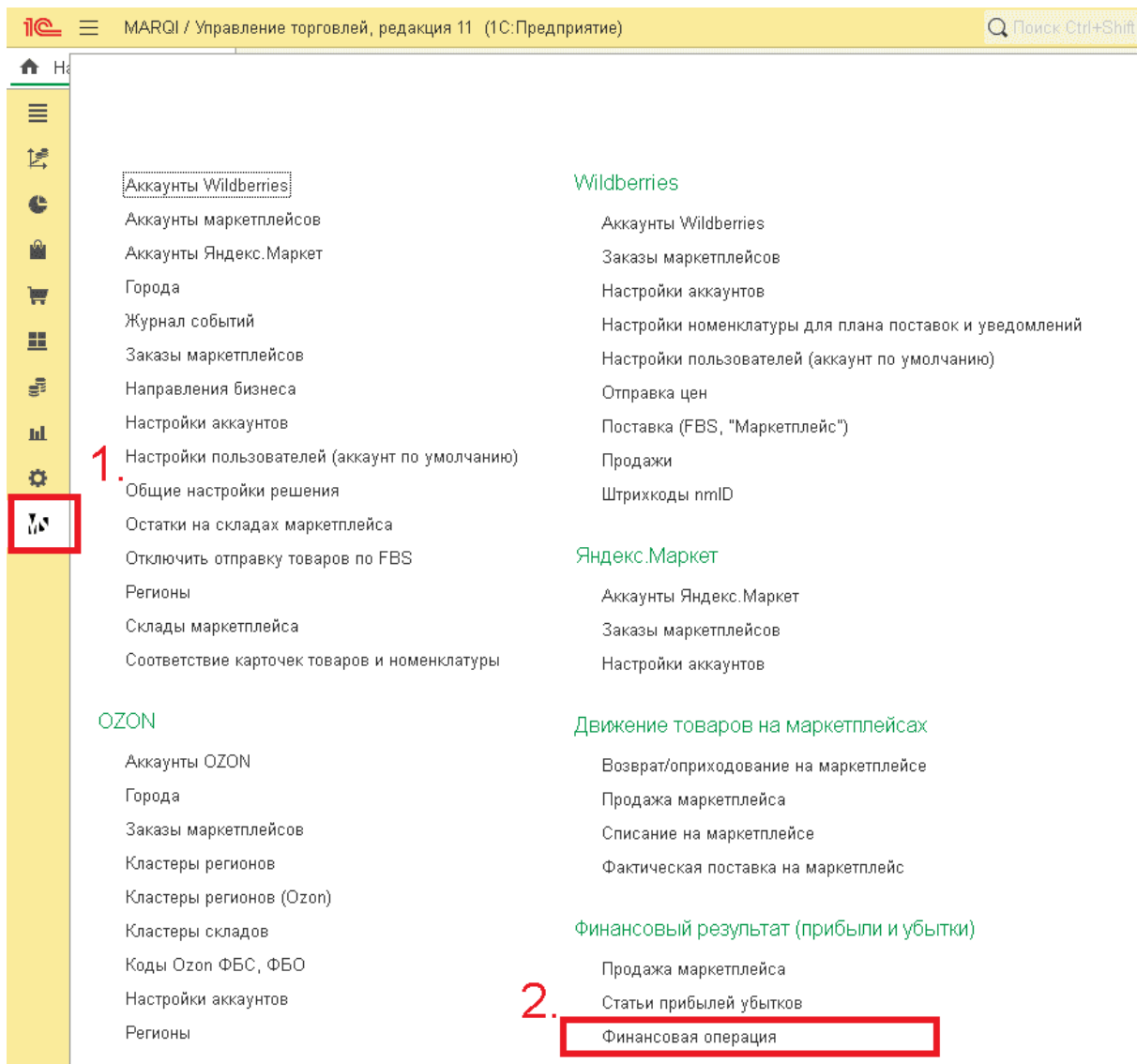
Прибыли / убытки Статья	Август 2023		Сентябрь 2023	
	Сумма план	Сумма факт	Сумма план	Сумма факт
Доходы	470 782	470 782	644 000	320 799
Выручка	470 782	470 782	644 000	320 799
Расходы	-436 191	-436 191	-494 706	-291 573
Аренда мастерской	-30 050	-30 050	-30 050	-30 050
Заработная плата (с налогами и взносами)	-88 728	-88 728	-88 728	-88 728
Прочие расходы	-6 245	-6 245		
Размещение товаров на складах маркетплейса	-5 119	-5 119	-1 546	-3 007
Реклама Озон	-65 982	-65 982	-59 000	-11 796
Себестоимость	-240 067	-240 067	-315 382	-157 992
Итого	34 591	34 591	149 294	29 227

Добавить новую плановую операцию

Допустим, вы знаете, что фонд оплаты труда в месяце октябрь 2023года будет составлять у вас 600 тыс. руб. Как внести эту информацию в 1С?

1. Откройте вкладку решения "**МС:Интеграция 1С с маркетплейсами**" в своей базе 1С. Найдите на вкладке группу команд **Финансовый результат (прибыли и убытки)** и

нажмите на ссылку **Финансовая операция**:

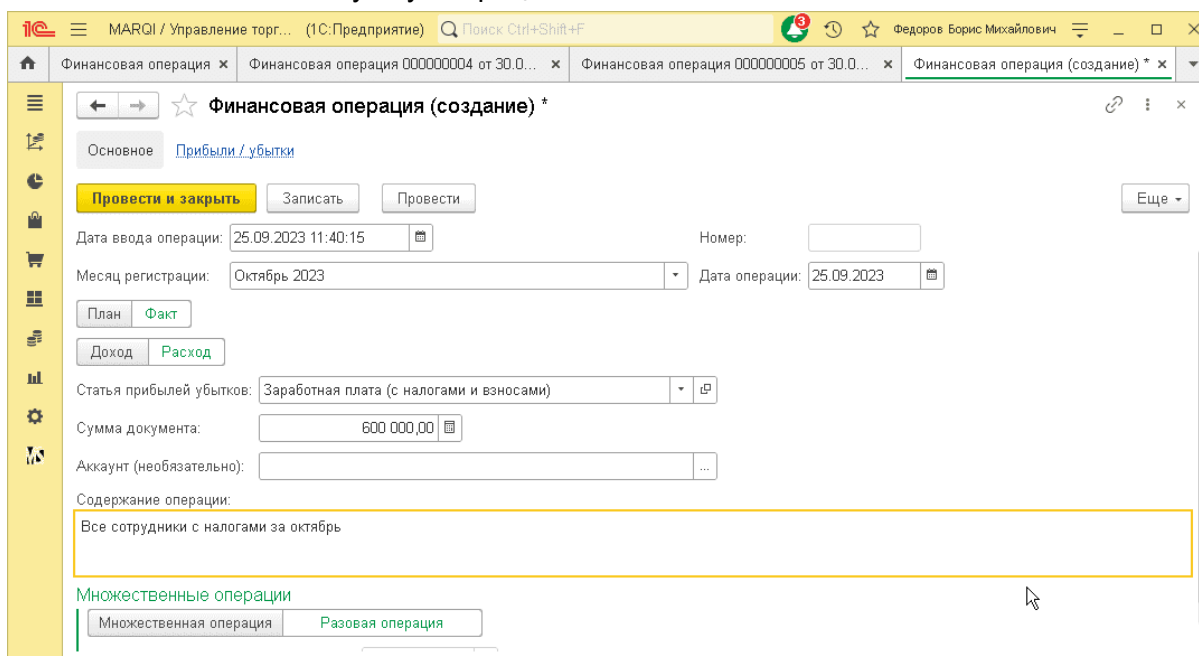


1. Общие настройки решения

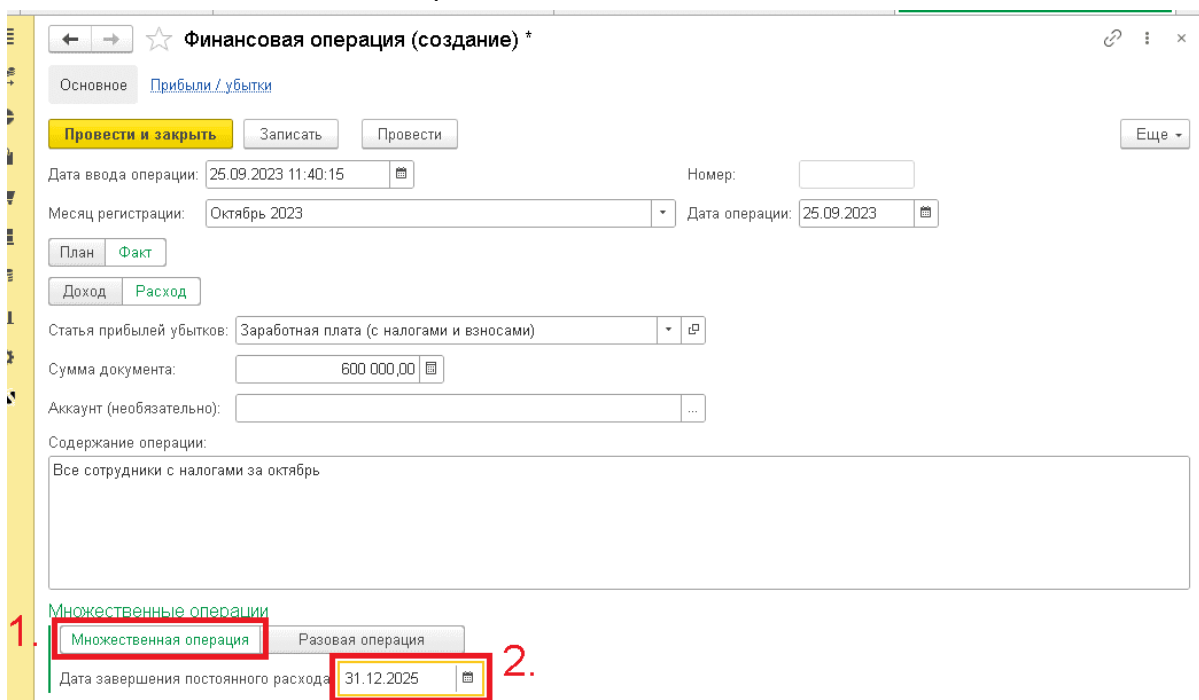
2. Финансовая операция

2. Нажмите кнопку **Создать**. Откроется форма ввода новой финансовой операции. В поле **Месяц регистрации** укажите то значение, за который вы вводите данные. Заполните значение **Статье прибыли или убытков**. Установите переключатели **план или факт, доход или расход**. По желанию заполните комментарий к операции в поле **Содержание**.

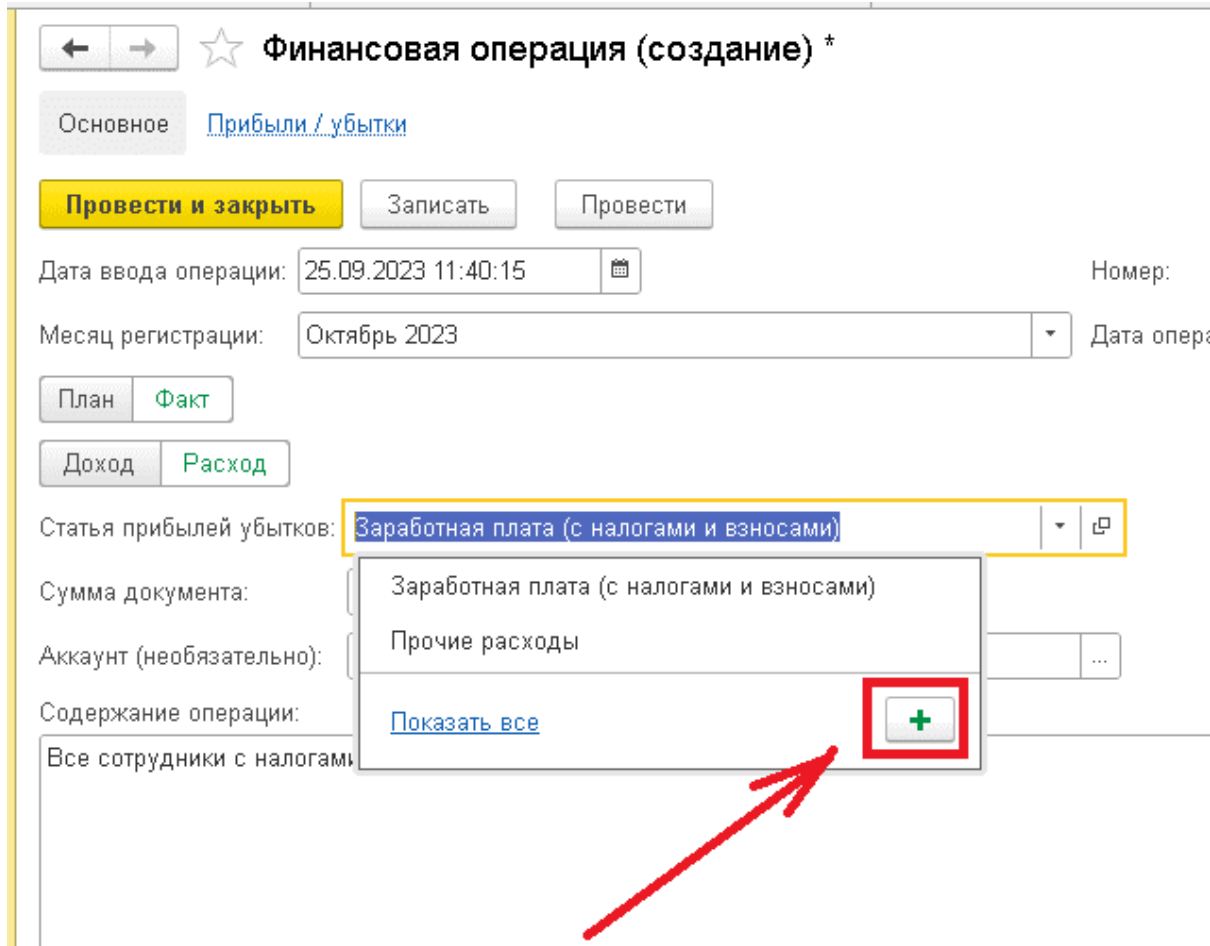
Обязательно заполните сумму операции.



3. Если какой-то постоянный расход практически не меняется от месяца к месяцу (обычно это, например, аренда помещения), вы можете установить переключатель **Множественная операция**. Будет считаться, что первый месяц данной финансовой операции равен выбранному вами месяцу регистрации. А последний месяц будет равен месяцу значения **Дата завершения постоянной операции**. Финансовая операция будет создана за каждый месяц из периода.



4. Если в списке статей прибылей убытков нет нужной вам, можете создать новую нажав на знак плюса в поле выбора статьи:

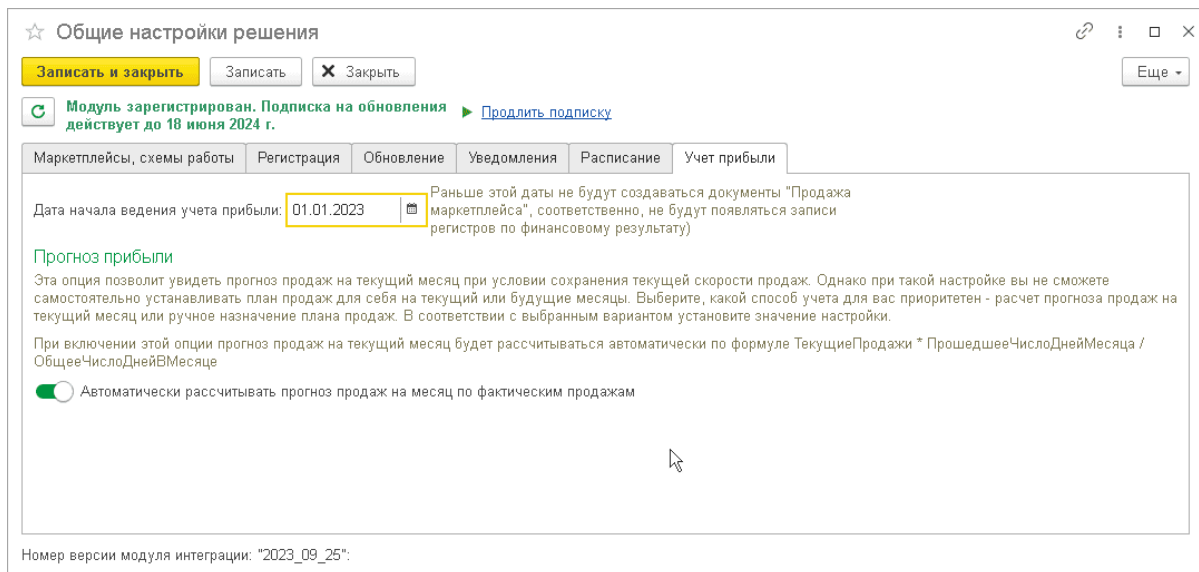


Настроить автоматический расчет прогноза продаж на текущий месяц

Представьте, что прошло десять дней текущего месяца. Вы хотите знать, при сохранении текущей скорости продаж на маркетплейсах, какую прибыль вы получите? Наш модуль позволяет **автоматизировать расчет прогноза продаж!**

Для этого нужно зайти в общие настройки решения. В главном рабочем интерфейсе перейдите на вкладку **Настройки** и нажмите на кнопку **Общие настройки модуля**

интеграции. Откроются общие настройки. Перейдите во вкладку **Расчет прибыли:**



Если вы хотите видеть прогноз продаж на текущий месяц в колонке **План** при сохранении текущей скорости продаж, включите переключатель **Автоматически рассчитывать прогноз продаж на месяц по фактическим продажам.**

Формула расчета будет следующая:

- *План выручки на месяц = Фактическая выручка за текущий месяц * Количество секунд, которое прошло с начала месяца / Общее количество секунд в текущем месяце.*

Обратите внимание, выручка и себестоимость проданных товаров у нас в отчете о прибылях и убытках выводятся в отдельных строках. Поэтому как рассчитывается прогноз выручки, так и рассчитывается прогноз себестоимости.

В ситуации, когда для товара не заполнено значение вида цены **Себестоимость**, наш модуль считает, что себестоимость равна цене продажи. Это сделано для того, чтобы не считать, что себестоимость равна нулю и не показывать в отчете нереально большие числа, не вводить пользователей отчета в заблуждение. Ведь гораздо хуже показать завышенную прибыль от деятельности, чем заниженную.

Прибыль по товарам от торговли на маркетплейсах

Подсчет прибыли от торговли на маркетплейсах

В отдельной статье мы [разобрали подсчет прибыли от торговли на маркетплейсах в разрезе статей прибылей и убытков](#). Там в отчете можно увидеть свой финансовый результат, а также то, как он меняется со временем. Например, если вы только вышли на

маркетплейсы, ваши результаты могут быть отрицательными. Но они должны улучшаться месяц за месяцем. И от скорости, с которой растет ваша сумма продаж, а вместе с ней и прибыль, вы сможете рассчитать, через сколько месяцев выйдете на точку безубыточности при сохранении текущей скорости роста ваших продаж.

Однако на эту же проблему (расчет прибыли от деятельности) нужно смотреть и "снизу". С точки зрения вашего ассортимента. В управленческом учете обычно используют две простые и мощные методики - **ABC и XYZ-анализ товаров**.

ABC-анализ товаров

Суть методики заключается в том, что весь ассортимент товаров делится на три категории: А, В и С.

- **Категория А** - это товары, которые дают 80% продаж. Согласно правилу Парето, обычно это 20% от общего количества товаров у вас в ассортименте.
- **Категория В** - промежуточные позиции. Обычно к этой категории относят те, которые дают следующие 15% продаж. Опять же по практике обычно 15% продаж дают 30% позиций из общего количества товаров у вас в ассортименте.
- **Категория С** - это товары аутсайдеры, которые не дают продаж. Обычно это 50-60% от позиций ассортимента. И они дают около 5% продаж. Следует помнить, что в категорию С обычно входят еще и новинки. К товарам новинкам следует применить ваши стандартные средства продвижения в продажах (реклама, акции, другие средства получения трафика на страницу товара). И если в течение нескольких месяцев новинки не выйдут на значимые объемы продаж, значит товары выбраны неудачно, они относятся к категории С. Следует рассмотреть вывод из ассортимента товаров категории С.

XYZ-анализ товаров

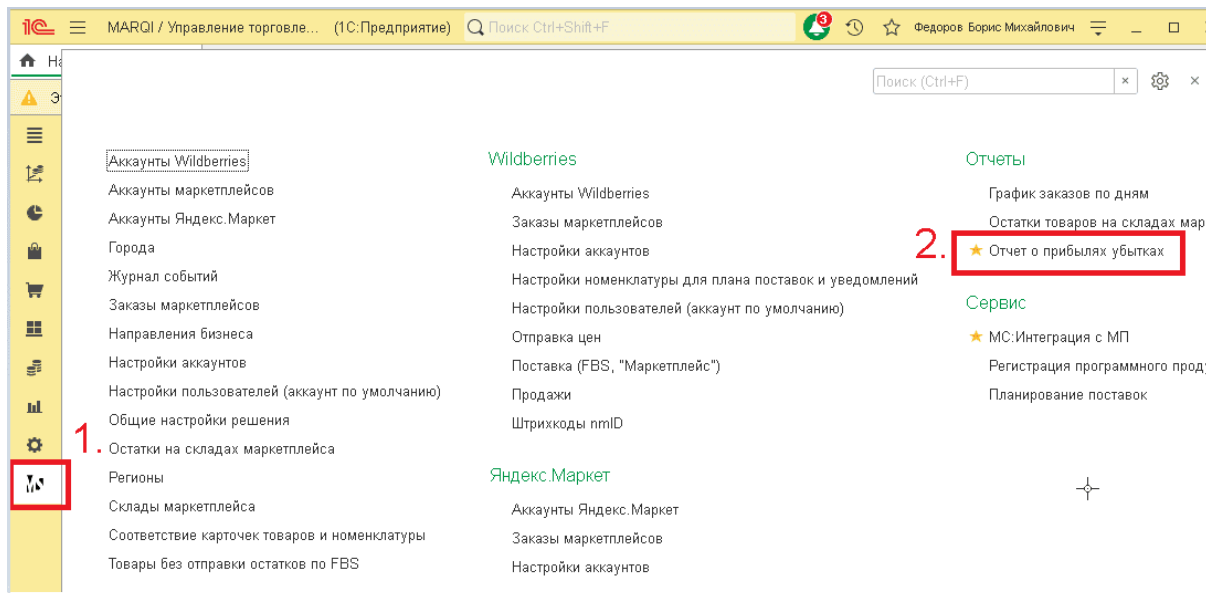
- **Группа X** - товары с самым стабильным спросом. Коэффициент вариации менее 0.1
- **Группа Y** - товары с небольшими колебаниями спроса. Коэффициент вариации более 0.1 и менее 0.25
- **Группа Z** - товары с самым нестабильным спросом. Коэффициент вариации более 0.25.

В программном продукте "МС:Интеграция с маркетплейсами" в настоящее время нет функционала XYZ-анализа товаров. Но мы планируем его добавление в будущем.

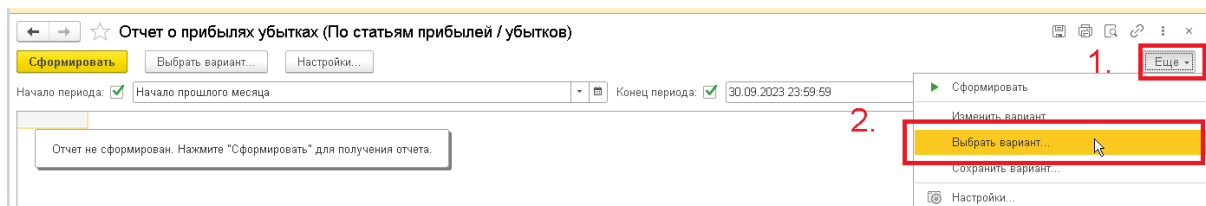
Как открыть отчет с прибылью в разрезе товаров и разбить товары на группы А, В и С?

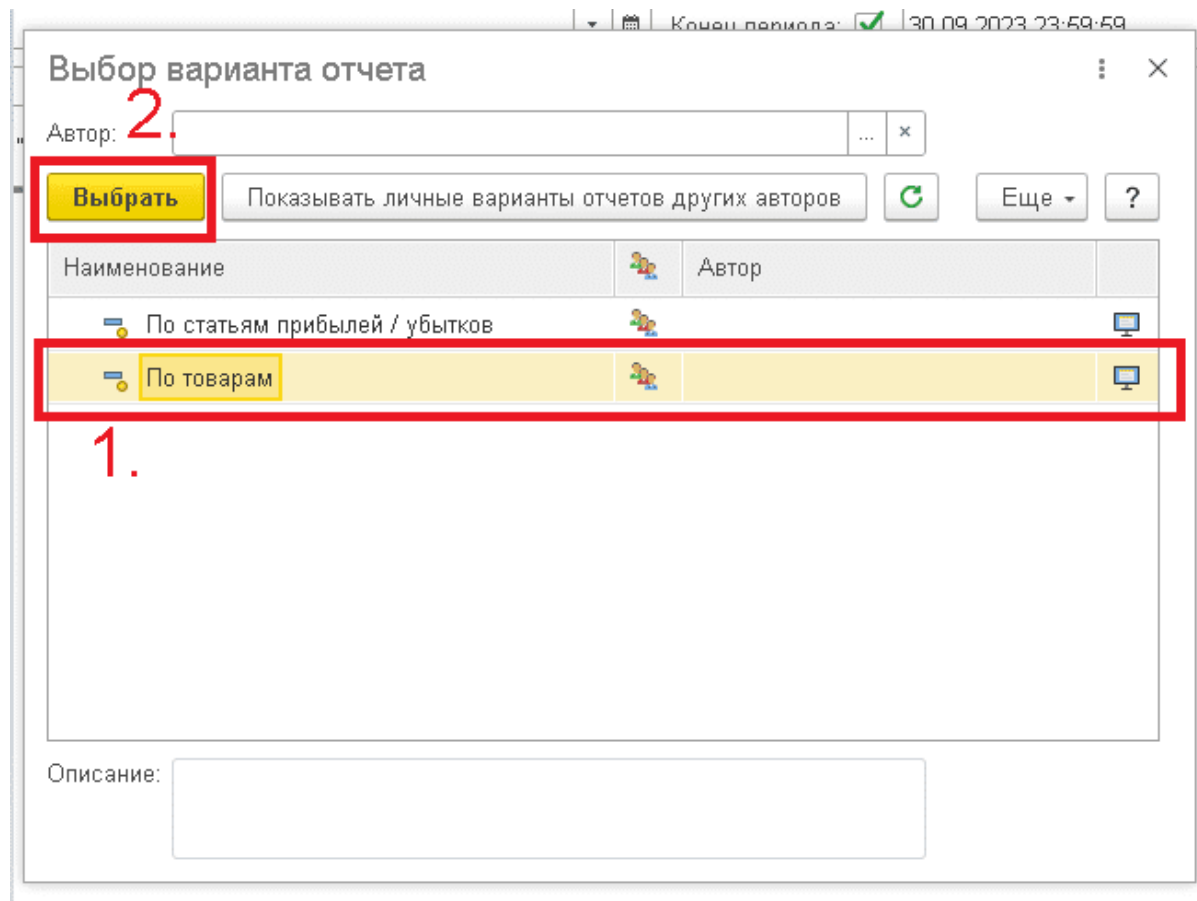
1. В интерфейсе найдем вкладку с подсистемой нашего модуля интеграции. Выберите в нем период, за который хотите анализировать прибыль товаров. В группе **Отчеты** нажмите

на ссылку **Отчет о прибылях и убытках:**



2. В открывшемся отчете выберите в меню **Еще** пункт **Выбрать вариант:**



3. Выберите вариант **По товарам**:

Выбор варианта отчета

Автор: 2.

Выбрать Показать личные варианты отчетов других авторов

Наименование	Автор
По статьям прибылей / убытков	
По товарам	

1.

Описание:

4. Нажмите кнопку **Сформировать** потом нажмите правую кнопку мыши на пустом поле сверху слева в рабочем окне отчета. И выберите **Уровни группировки - Уровень 1**:

1. Отчет о прибылях убытках (По товарам)

Сформировать | Выбрать вариант... | Настройки...

Начало периода: Начало этого месяца | Конечный период: Начало следующего квартала

Параметры: Начало периода: 01.09.2023 0:00:00
 Конечный период: 01.10.2023 0:00:00

2. Нажмите в этой области правую кнопку мыши

Номенклатура	Итого прибыль по номенклатуре	Сентябрь 2023	Октябрь 2023	Итого
		Сумма факт	Сумма факт	Сумма факт
	4 667,79	4 668	8 420	8 420
			-3 752	-3 752
ей-2-шт	4 679,07	4 679		4 679
		10 464		10 464
			-5 785	-5 785
	4 819	4 819		4 819
		15 767		15 767
			-10 948	-10 948
	4 936	4 936		4 936
		10 280		10 280
			-5 344	-5 344
	5 335	5 335		5 335
		11 080		11 080
			-5 745	-5 745
	6 285	6 285		6 285
		16 711		16 711
			-10 426	-10 426
	6 429,28	6 429		6 429
		11 199		11 199
			-4 770	-4 770

3.

Уровни группировки | Уровень 1 | Уровень 2

5. Отчет будет выглядеть примерно так:

Сформировать | Выбрать вариант... | Настройки...

Начало периода: Начало этого месяца | Конечный период: Начало следующего квартала

Номенклатура	Итого прибыль по номенклатуре	Сентябрь 2023	Октябрь 2023	Итого
Статья		Сумма факт	Сумма факт	Сумма факт
Свечи marqi-st09-ветивер-лимон-бергамот	1 817	1 817		
ваза-шкатулка-белая-june	2 061,28	2 061		
Свечи marqi-st02-удовое-дерево	2 136	2 136		
Свечи marqi-st09-перец-амбра-нероли	2 225,5	2 226		
ароматическое-саше-лайм-кокос-вербена	2 339,35	2 339		
Свечи marqi-st09-удовое-дерево	2 458,6	2 459		
пигмент для гипса белый диоксид титана	2 477,38	2 477		
Свечи marqi-st02-перец-амбра-нероли	2 506	2 506		
подставка-поднос-для-мелочей-ginkgo	2 796,94	2 797		
Свечи marqi-st02-французская-пекарня	2 907	2 907		
Свечи marqi-st09-французская-пекарня	2 917	2 917		
marqi-st25-французская-пекарня	2 966	2 966		
Свечи marqi-st09-табак-ваниль	2 966	2 966		
marqi-st25-лайм-кокос-вербена	3 004	3 004		
Пластификатор для гипса 0,25 кг	3 378,28	3 378		
Свечи marqi-st02-ветивер-лимон-бергамот	3 464	3 464		
marqi-st25-табак-ваниль	3 504	3 504		
набор-создания-свечи-мини-bubble-1-шт	3 610	3 610		
marqi-st25-ветивер-лимон-бергамот	3 700,6	3 701		
ваза-шкатулка-белая-mau	4 667,79	4 668		
Прованс. Набор-по-изготовлению-свечей-2-шт	4 679,07	4 679		
подсвечникамень	4 819	4 819		
Гипс для творчества "как бетон" 2кг	4 936	4 936		

В ближайшем будущем мы планируем добавить группировку на группы А, В и С. Пока товары только отсортированы по возрастанию прибыли от торговли ими. Разбить на группы необходимо вам самостоятельно.

Настройка мониторинга цен на маркетплейсах в МС:Интеграция с маркетплейсами

Мы рады представить вам возможность мониторинга цен на маркетплейсах в составе нашего продукта **МС:Интеграция с маркетплейсами**. Знаем, что очень многим продавцам на маркетплейсах эта возможность нужна, нам часто говорят о такой потребности.

Парсинг цен на маркетплейсах реализован в виде удаленного сервиса. Дело в том, что маркетплейсы очень хорошо умеют бороться с парсингом. Они применяют несколько ступеней защиты от доступа роботов-парсеров к содержимому своих страниц. Для того, чтобы стабильно и надежно получать реальные цены на товары, приходится эмулировать поведение реальных пользователей. Для этого используются отдельные серверы. Чтобы вам не приходилось сталкиваться со всей этой сложной изнанкой технологий, процесс работы для вас организован в виде нескольких простых команд. А вся техническая работа происходит на стороне сервиса.

И именно по причине того, что необходимы дополнительные серверные ресурсы, существуют не только бесплатные, но и платные тарифы на парсинг. Платные тарифы будут полезны тем продавцам, у кого представлен большой ассортимент товаров.

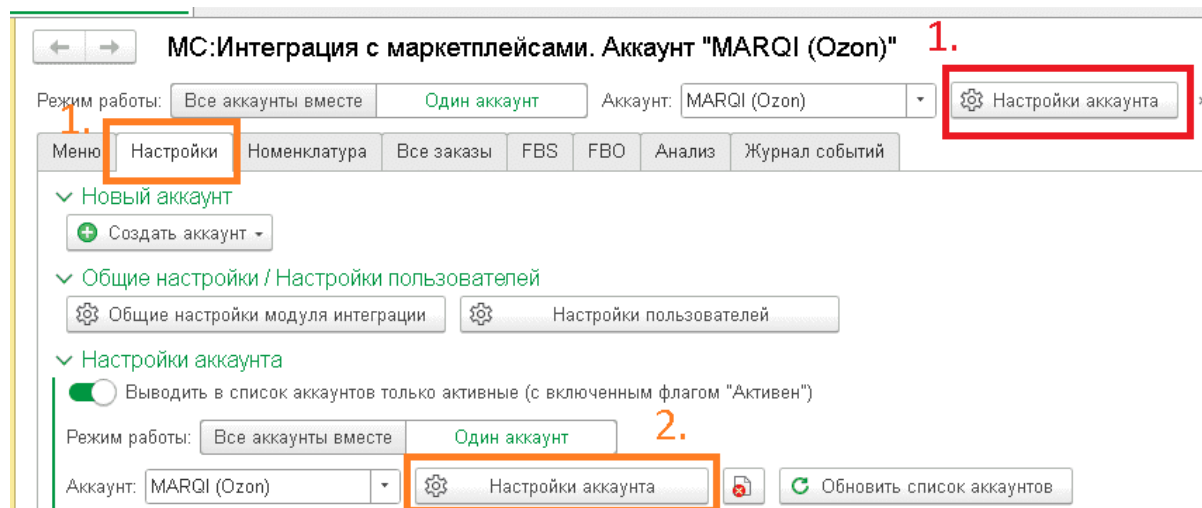
Содержание

- [Включение парсинга цен на маркетплейсах](#)
- [Регистрация в сервисе мониторинга цен](#)
- [Добавление товаров к парсингу](#)
- [Загрузка новых значений цен](#)
- [Принцип работы мониторинга цен](#)
- [Приобретение платного тарифа](#)

Включение парсинга цен на маркетплейсах

1. По умолчанию парсинг цен отключен. Для его включения зайдите в настройки аккаунта или по кнопке сверху интерфейса модуля или на вкладке **Настройки** нажмите

одноименную кнопку **Настройки аккаунта**:



MC:Интеграция с маркетплейсами. Аккаунт "MARQI (Ozon)" 1.

Режим работы: Все аккаунты вместе **Один аккаунт** Аккаунт: MARQI (Ozon) **Настройки аккаунта** ×

1. Меню **Настройки** Номенклатура Все заказы FBS FBO Анализ Журнал событий

✓ **Новый аккаунт**

+ Создать аккаунт ▾

✓ **Общие настройки / Настройки пользователей**

Общие настройки модуля интеграции Настройки пользователей

✓ **Настройки аккаунта**

Выводить в список аккаунтов только активные (с включенным флагом "Активен")

Режим работы: Все аккаунты вместе **Один аккаунт** 2.

Аккаунт: MARQI (Ozon) **Настройки аккаунта** Обновить список аккаунтов

2. В настройках аккаунта перейдите на вкладку **Цены** и включите использование парсинга. Также обязательно заполните вид цен в 1С, в который будут сохраняться

минимальные цены с маркетплейса.

☆ Настройки аккаунта "MARQI (Ozon)"

Записать и закрыть Записать Заполнить регионы России и кластеры Ozon

Аккаунт: Маркетплейс:

Основные Токены FBS Уведомления / Отчеты **Цены** Автообновление Расчет поставк

✓ Настройки


- Автоматически рассчитывать зависимые цены в 1С перед отправкой цен
- Автоматически участвовать в акциях с ценой выше минимальной (в разработке)


✓ Парсинг цен маркетплейсов


- Использовать парсинг цен на маркетплейсах
- Загружать цены маркетплейсов автоматически по расписанию


Вид цены парсинга: ▾ 

✓ Виды цен

Вид цен себестоимость: ▾ 

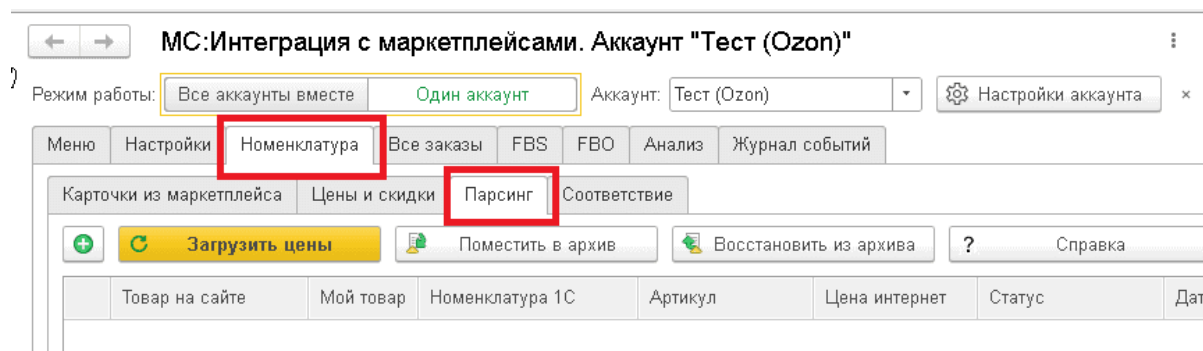
Вид цен минимальной цены: ▾ 

Вид цены текущая: ▾ 


Вид цены до скидки: ▾ 

✓ Автоувеличение цен

3. После этого в настройках аккаунта нажмите **Записать и закрыть**. В основном интерфейсе модуля перейдите на вкладку **Номенклатура**. Среди подчиненных вкладок на ней выберите **Парсинг**. Вам необходимо [пройти регистрацию](#) в сервисе мониторинга цен и [добавить товары](#). Подробнее об этом читайте ниже.







← → **МС:Интеграция с маркетплейсами. Аккаунт "Тест (Ozon)"** ⋮

Режим работы: Аккаунт: ▾  Настройки аккаунта ×

Меню Настройки **Номенклатура** Все заказы FBS FBO Анализ Журнал событий

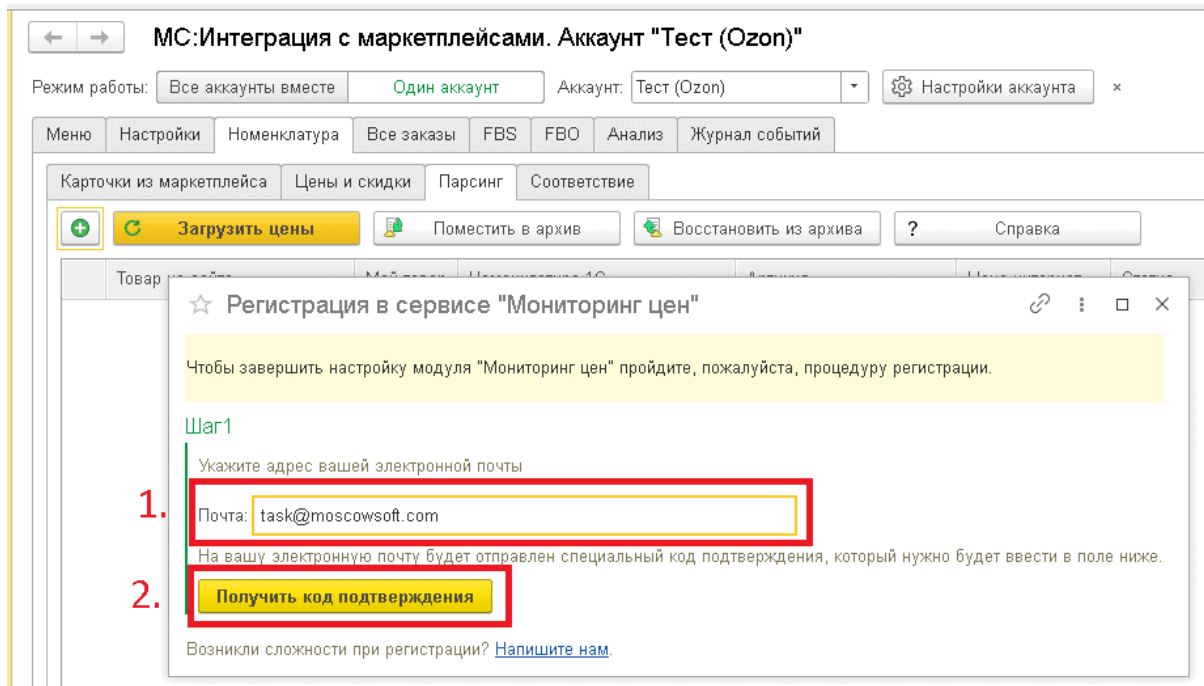
Карточки из маркетплейса Цены и скидки **Парсинг** Соответствие

  **Загрузить цены**  Поместить в архив  Восстановить из архива ? Справка

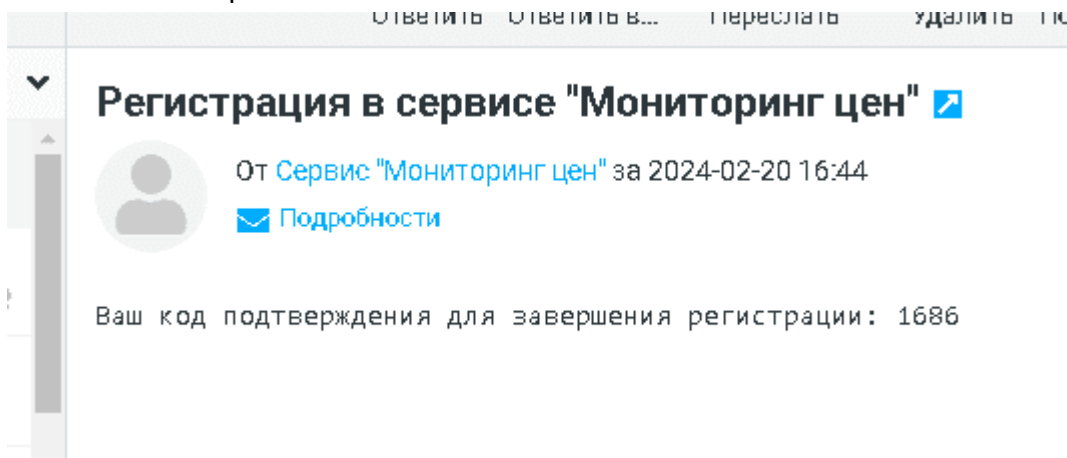
Товар на сайте	Мой товар	Номенклатура 1С	Артикул	Цена интернет	Статус	Дата
----------------	-----------	-----------------	---------	---------------	--------	------

Регистрация в сервисе мониторинга цен

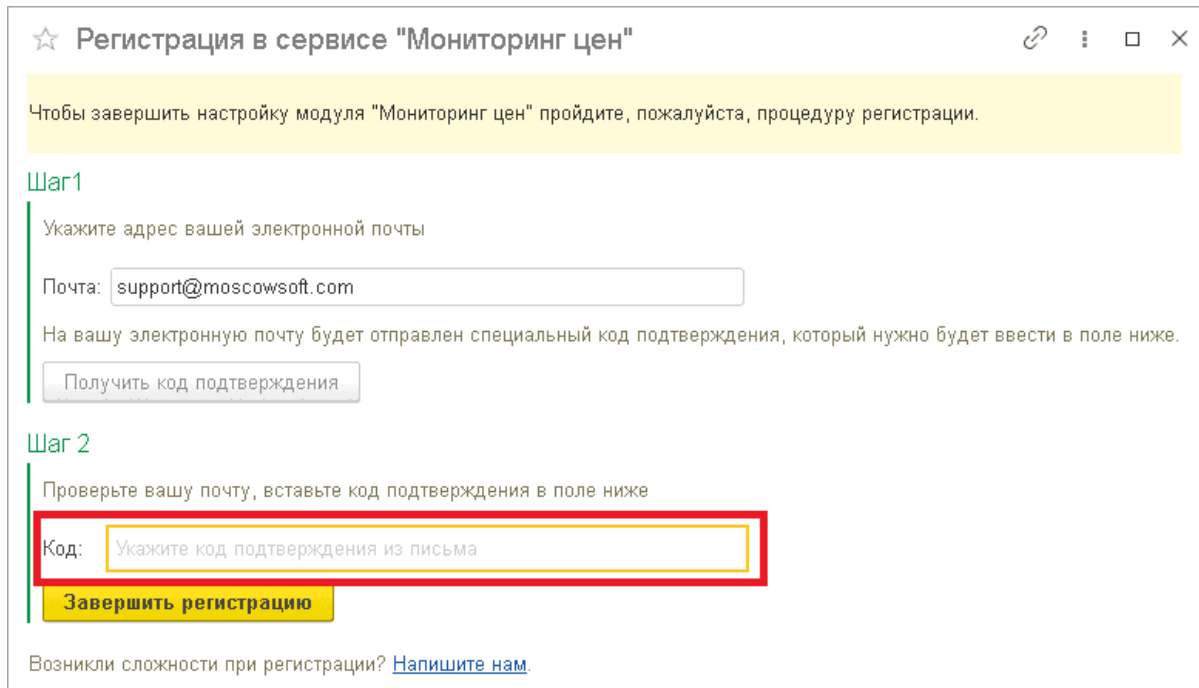
1. При первом открытии вкладки **Парсинг** автоматически откроется окно регистрации в сервисе мониторинга цен на маркетплейсах. Необходимо указать ваш работающий адрес электронной почты и нажать кнопку **Получить код подтверждения**:



2. После этого проверьте папку входящих писем указанного ящика, там должно быть письмо как на скриншоте:



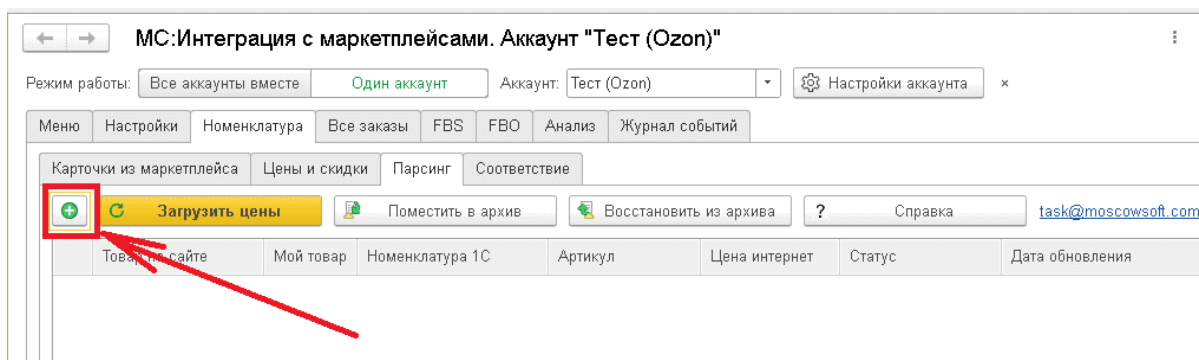
3. Введите полученный код в поле **Код** в форме регистрации и нажмите кнопку **Завершить регистрацию**:



На этом регистрация завершена. Можете переходить к добавлению новых товаров.

Добавление товаров к парсингу

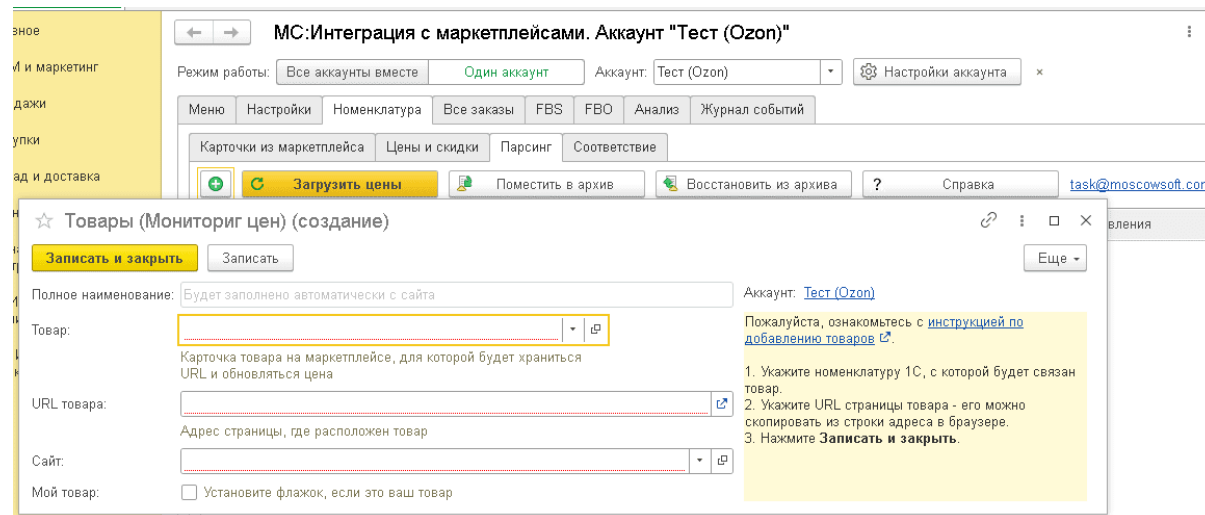
1. После успешного прохождения регистрации на вкладке **Парсинг** нажмите кнопку **Добавить товар**:



2. Откроется окно добавления нового товара. В этом окне необходимо заполнить четыре поля:

- **Товар** - карточка товара на маркетплейсе. Для хранения карточек товаров наш модуль использует элементы справочника **Номенклатура контрагентов**.
- **URL товара** - ссылка на страницу товара на маркетплейсе. Ссылку необходимо вводить без параметров. То есть, если в тексте ссылки у вас есть знак вопроса, то его и все символы

после него нужно удалить.



Например, для если в адресной строке браузера вы видите такую ссылку:

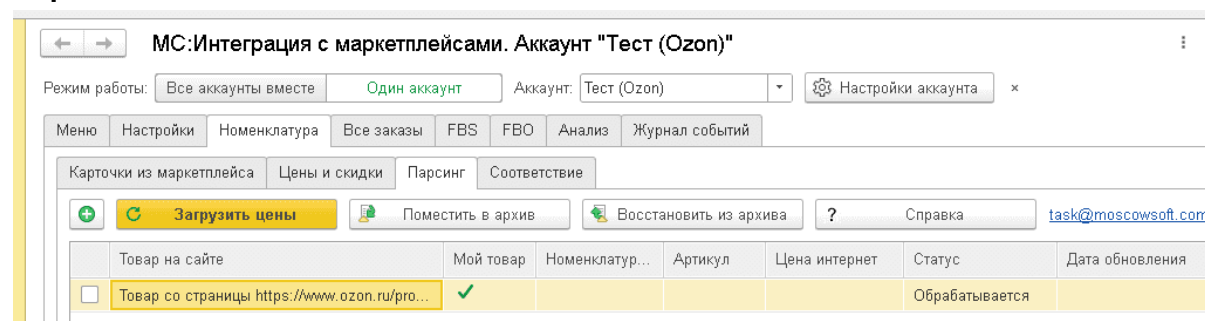
https://www.ozon.ru/product/aromadiffuzor-marqi-estestvennaya-chistota-aromatizator-dlya-doma-s-palochkami-1346858997/?advert=2zh-YMPzsJBAwRoB-luKq2tRdHGK8Wy3l19BC_TZflTWOblb_xr82XYLmaUB5rVXW3h2jnPrC_sGqDsCJbpZLZBp9s-M6HsA5C2qX1ofvrl5Zb-Mb6Q9JWRds7C_M_FyvSd8spqF0UBIDz6if8jcvjvm6fai7a0AtODvkQwjR2j0-7JW08pFBEr74kSunXr9yFifhtzM7Ha0kDcNK7EKXggyDKv3UX1MX7bPXbyGwM6uX4mCv8o7YJ5rHCwn1n8G8EjTpAMItCqX-UG53z0N NmKI5Z6VEkg6Hy7kdG_dFs4icX-Odi2IIKO64Fxfu2PlmamPaqJFFQv-ik&avtc=1&avte=2&avts=1708437694&keywords=MARQI+%22Естественная+чистота%22

корректно будет вносить в поле URL товара такую строку::

<https://www.ozon.ru/product/aromadiffuzor-marqi-estestvennaya-chistota-aromatizator-dlya-doma-s-palochkami-1346858997/>

- **Сайт** - выберите из списка один из поддерживаемых маркетплейсов.
- **Мой товар** - используйте учет по этому флагу, если хотите разделить собственные товары от товаров конкурентов.

3. После заполнения полей нажмите **Записать и закрыть**. В окне парсинга нажмите **Загрузить цены**. Отобразится новый добавленный товар и у него будет статус **Обрабатывается**:

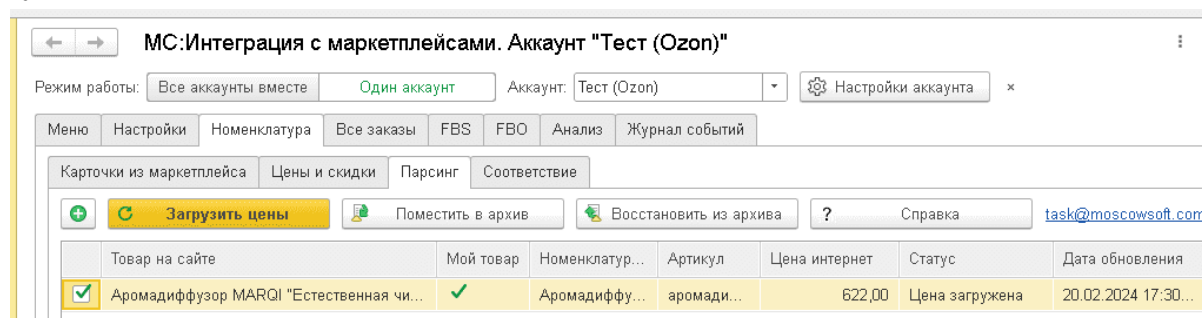


Товар на сайте	Мой товар	Номенклатур...	Артикул	Цена интернет	Статус	Дата обновления
<input type="checkbox"/>	Товар со страницы https://www.ozon.ru/pro...	✓			Обрабатывается	

4. В этот момент товар отправлен в очередь на парсинг. Первичный парсинг может занять до 30 минут. В дальнейшем цена по товару будет парситься раз в сутки. Вам

необходимо будет только загружать ее в 1С кнопкой **Загрузить цены**. Если в настройках аккаунта вы заполнили вид цен парсинга, то каждый раз при загрузке цен в 1С также будет сохраняться новое значение цены.

5. После проведения первичного парсинга будет заполнено наименование товара на маркетплейсе и будет получена минимальная цена в данной карточке товара. Выглядеть будет примерно так:



Загрузка новых значений цен

- Далее вы можете раз в сутки выделять флажки в списке товаров, цены которых хотите загрузить в 1С. Цена будет обновляться.
- Ориентироваться, что это актуальная цена, можете по колонке **Дата обновления**. В ней всегда хранится дата и время последнего успешного парсинга цены товара.
- В настоящий момент у нас не реализовано автоматическое регулярное обновление цен из сервиса парсинга по расписанию. Если вам это необходимо, свяжитесь, мы оперативно добавим такую возможность.

Принцип работы мониторинга цен

- Следует понимать, что кнопка **Загрузить цены** не запускает команду выполнения парсинга. Нет, когда товар уже добавлен к парсингу, то обновление цены в сервисе выполняется раз в сутки. Нажатием кнопки **Загрузить цены** вы только запускаете получение цен из сервиса мониторинга цен себе в базу 1С. Поэтому несколько раз за день нажимать эту кнопку не имеет смысла.
- Как уже было выше написано, маркетплейсы очень эффективно борются с программным доступом к товарам. Поэтому сервис мониторинга цен использует технологии эмуляцию поведения реальных пользователей наподобие **RPA** или **Selenium**.
- Если на добавленной ссылке карточки товара выводится несколько предложений продавцов, модуль загружает из них самую минимальную цену.

Более подробно ознакомиться с возможностями и функционалом модуля MS:Интеграция 1С с маркетплейсами вы можете по ссылкам:

- [МС:Интеграция 1С с маркетплейсами для 1С:УНФ 3.0 / 1.6 >>](#)
- [МС:Интеграция 1С с маркетплейсами для 1С: УТ 11 / КА 2 / ERP >>](#)

Тарифы и приобретение платного тарифа

Есть несколько вариантов использования сервиса. Они разделены на четыре тарифа:

- **Пробный** - можно активировать бесплатный тариф для проверки работы сервиса на 30 календарных дней. Можно будет добавить до 50 товаров, по каждому из которых раз в сутки будет определяться минимальная цена.
- **Бесплатный** - для всех пользователей **МС:Интеграция с маркетплейсами** с действующей подпиской на обновления действует бесплатный тариф на сервис мониторинга цен на маркетплейсах. Ограничение тарифа - можно добавить к парсингу не более 50 товаров.
- **Оптимальный** - на 30 календарных дней можно добавить к парсингу не менее 200 товаров. Данный тариф подойдет абсолютному большинству продавцов на маркетплейсах. По нашей практике до 90% продавцов хватит такого количества товаров к парсингу.
- **Максимальный** - на 30 календарных дней можно добавить к парсингу до 1000 товаров. Этот тариф предназначен для самых крупных организаций. Если нужно еще большее число товаров к парсингу, потребуется приобрести и активировать несколько тарифов одновременно.

Бухгалтерский и налоговый учет на маркетплейсах Яндекс.Маркет, Вайлдберриз и Озон

Содержание

- [Яндекс Маркет](#)
- [Вайлдберриз](#)
- [Озон](#)
- [Как итог](#)

На сегодняшний день профессия бухгалтера для маркетплейсов - жизненная необходимость. Договорные отношения, системы учета и отчетности, а также требования к ним отличаются для каждого маркетплейса. В статье посоветуем, как всё это организовать, сдать вовремя и не сделать ошибок.

Яндекс Маркет

Договоры

На Яндекс Маркет с селлером, в отличие от остальных площадок, заключают договор услуг, а не агентский или комиссионный. Яндекс Маркет юридически выступает как информационный ресурс - площадка, предназначенная для публикации предложений о продаже товаров, а продает представленный товар сам продавец.

При этом, в договоре площадка обязуется обрабатывать платежи, поступившие от покупателей.

На Яндекс Маркете с селлером заключается два договора:

1. **Договор оказания услуг по размещению и логистике** - Яндекс Маркет выставляет у себя предложения товаров, и обеспечивает их упаковку и транспортировку до покупателя. Обратите внимание, по такому договору может проходить взаимозачет - то есть, стоимость услуг площадки вычтется из платежа от клиента.
2. **Договор на продвижение** - продавец дает маркетплейсу право реализовывать собственные механизмы продвижения товаров в виде скидок, баллов или кешбека. По нему проходят все скидки, предоставленные площадкой покупателям.

План счетов для Яндекс Маркета

По первому договору (о размещении) проводки пойдут по следующим счетам:

- **счет 60** для учета услуг, оказанных маркетплейсом;
- **счет 62** для расчетов за реализованные товары;
- **счет 76** для взаиморасчетов продавца и площадки.

Особенностью Яндекс Маркета является то, что в 1С по итогу получаются:

- реализация отправленных на доставку товаров и реализация доставленных;
- возврат товаров, которые не были выкуплены и возврат от покупателей (выкупленные товары).

Реализация проводится на покупателя - физлицо. Когда площадка перечислит на р/с деньги, поступившие от покупателей, можно на основании акта провести взаимозачет. Маркетплейс обычно проводит это как корректировку долга.

По второму договору (продвижение) - счет 62 "Расчеты с покупателями и заказчиками".

Бухгалтерский учет при работе с Яндекс Маркетом

Согласно Положению по бухгалтерскому учету ПБУ 10/99 услуги площадки являются расходами по обычным видам деятельности (пункты 5, 6 и 16 Положения).

Расходы в целях налога на прибыль это:

- расходы на продажу
- прочие расходы.

Продажа физлицу не требует выставления счетов-фактур на авансовый платеж или отгрузку, согласно налоговому кодексу (ст 168 п. 7).

Если комиссионер реализует с участием посредника, то от него не требуется выставлять счет - фактуры физлицам и направлять их комитенту (*письмо Минфина № 03-07-09/19563*

от 06.04.2016). При этом комитент сам формирует книгу продаж по первичке - по суммам за календарный месяц (квартал). В 1С для этого можно использовать сводную справку по розничным продажам. Она не фиксируется в отчете агента о продажах, потому что составляется комитентом.

Налоговый учет на Яндекс Маркете

Налоговая база формируется по фактам:

По НДС - отгрузки. Это регистрируется документом “Реализация товаров и услуг” (операция “Отгрузка без перехода права собственности”). В качестве контрагента (покупателя) указывается физлицо, розничный клиент, а склад это склад Яндекс Маркет

По выручке - доставки (после получения покупателем). Отгрузка товара фиксируется упомянутым выше документом реализации, на основании которого уже после доставки формируется “Реализация отгруженных товаров”.

Выручка берется за вычетом скидок, и нужно брать данные из соответствующего столбца - того, где стоит общая стоимость с НДС и с учетом скидок.

Вайлдберриз

Договор

Продавцы в обязательном порядке принимают оферту. Оферта - договор с заранее вписанными в него условиями, для Вайлдберриз можно сказать, что в данном случае это агентский договор.

Отчетность

Отчеты составляются в четырех вариантах, из которых в текущей деятельности активно используются два:

- архивный (за прошедший период);
- итоговый - зарывающий отчет, составляемый по итогам завершения работы на площадке. Этот функционал пока еще полностью не доработан и не используется (сведения на март 2024);
- ежедневный;
- еженедельный.

Последние два дополняются детализацией. Ежемесячных отчетов не существует, но продавец может составить его самостоятельно, сведя еженедельные цифры.

Бухгалтерский учет при сотрудничестве с Wildberries

Так как торговля идет по агентской схеме, то себестоимость переданного посреднику товара до его продажи учитывается по счету 45, для расчетов можно вести счет 76 и к нему для

учета расчетов с площадкой по выручке и по комиссии маркетплейса сделать два субсчета. Обозначьте их как хотите - 76.11 и 76.12 или 76.ОТ и 76.РК, главное, чтобы было удобно вести учет.

Пример возможного движения по счетам:

- **Дебет (Дт) 45 “Товары отгруженные” - Кредит (Кт) 41 “Товары”** - партия товара отправлена на склад маркетплейса.
- **Дт.76.Т - Кт 90.1 “Выручка”** - пришел отчет о продажах, учли выручку.
- **Дт 90.2 “Себестоимость продаж” - Кт 45 “Товары отгруженные”** - списание себестоимости проданных товаров.
- **Дт 44 “Расходы на продажу” - Кт 76.К** (заведенный субсчет к 76 “Расчеты с дебиторами и кредиторами”) - берем из отчета комиссию агента и относим на расходы.
- **Дт 76.К - Кт 76.Т** - комиссию вычли из выручки.
- **Дт 51 “Расчетные счета” - Кт 76.Т** - учли выручку в чистом виде, с учетом комиссии Вайлдберриз и расходов.

Для тех, кто работает по общей системе налогообложения, добавится учет НДС.

Плюс, в дополнение площадка в лице Вайлдберриз может оказывать различные услуги - доставки товара, к примеру. В этом случае должен поступить акт или универсальный передаточный документ, и оплата по акту будет отражена вместе с агентской комиссией, по тому же счету.

Специфика бухгалтерии на Вайлдберриз

1. Получить отчет прошлого квартала (старше трех месяцев) через свой ари не выйдет, но вручную выгрузить можно.
2. Отчеты маркетплейса зачастую не сходятся по остаткам, и в них могут быть отрицательные суммы. На Вайлдберриз есть скидки для тех, кто покупает часто или постоянно, и у кого высокий процент выкупленных заказов. Соответственно, эта скидка не фиксирована и меняется. Она может быть выше комиссии самого Вайлдберриз (например, 20% покупателю и 17 - комиссия площадки). Этот разрыв маркетплейс записывает как отрицательное вознаграждение. Оно не засчитывается в сумме продаж в отчете, но налог-то продавец обязан оплатить.

Налоговый учет на Вайлдберриз

Предприниматели на упрощенке используют “кассовый метод” для доходов и расходов, то есть ориентируются на зачисление и списание денег со счета, принимая за дату прихода дату транзакции по счету, которую легко подтвердить выпиской от банка.

Те, кто на УСН, должны высчитывать налог со всех поступивших сумм, при этом учитывая агентское вознаграждение. Соответственно, при УСН расчет идет по схеме “доход минус расход” - из выручки вычитаются все понесенные расходы - комиссия, затраты на производство или закупку, перевозка, упаковка и т.д.

Если у поставщика ОСН, то он платит НДС и налог на прибыль. Выплаченное агентское вознаграждение записывается в коммерческие расходы, по которым считается налог на прибыль. Датой получения дохода у поставщика является дата получения товара покупателем.

Обратите внимание: сам маркетплейс НДС тоже платит, поэтому, сумма вознаграждения, на которую он выставляет УПД или счет-фактуру поставщику, с НДС. У поставщика на ОСНО есть право предъявить НДС к вычету

Поставщик для начисления НДС берет либо дату отгрузки товара(то есть, дату первого оформленного документа на покупку или перевозку) либо дату получения аванса (дата учета сделки в отчете от Вайлдберриз в этом случае не важна).

Во втором варианте поставщик должен уплатить НДС с суммы аванса. Счет-фактуру на этот платеж выставит Вайлдберриз. Далее, у агента маркетплейса в книге продаж этот документ не фиксируется. Копия выданный покупателю счет-фактуры уходит к поставщику, и вот он составляет и отдает агенту его счет-фактуру, при этом регистрирует авансовый документ у себя в Книге продаж.

Озон

Договор

На Озоне с продавцом заключается договор комиссии. Этот такой же агентский (посреднический) договор, где посредник - Озон. Соответственно, продавец сам продает свои товары при содействии Озона, предоставляющего площадку для торговли. Маркетплейс именно-поэтому не считается магазином, даже если и выглядит как интернет-магазин.

Отчетность

На Озон формируется три основных отчета, на подписание которых продавцу дается 5 дней и ежеквартальный акт сверки (15 дней на рассмотрение и подписание):

1. отчет о реализации товара;
2. универсальный передаточный документ к отчету о реализации;
3. универсальный передаточный документ на услуги (реализацию не учитывает);
4. сверка.

Всё, что не подписано продавцом в заданный срок, считается принятым.

Бухучет при работе с Озоном

Для учета будет достаточно стандартного плана счетов для розницы, отличие в проводках будет только для хранения товаров на складе Озон, которое фиксируется на счете 45.

Как и для Вайлдберриз, можно для расчетов завести два субсчета 76, например 76.Т (проданные товары) и 76.К (комиссия). Либо взять стандартные из программы.

Налоговый учет на Озон

Для УСН можно использовать тот же кассовый метод (аналогично описанному выше), все точно так же, как в Вайлдберриз, но есть одно но. На Озон в октябре ввели систему баллов, что сильно спутало продавцов и их бухгалтеров.

Если подробнее, то: ранее сумма, с которой исчислялся налог с дохода считалась так - берем цифру из столбца отчета 5 (реализовано), столбец 6 (доплаты за счет озон), из их суммы вычитаем возвраты. Сейчас рассчитывается так - столбец 5 (реализовано) минус столбец 12 (возвращено).

Обратите внимание - по баллам может образоваться перерасход, который, как и любую отрицательную цифру в отчетности, придется учитывать отдельно.

Как итог

в этом материале приведены самые популярных схемы учета, но в деятельности могут использоваться и другие. Бухгалтерия на самом деле довольно гибкий инструмент, и профессионалы в отрасли, понимающие, где и как использовать правила, могут реализовывать довольно творческие подходы к учету.

Например, для комиссионной торговли часто рекомендуют 76-й счет и его субсчета, но вполне можно вести учет через счет 62. Для кого-то это удобнее, тем более, что налогообложение от этого не изменится. Бухгалтерия - это индивидуальный подход.

Управление ценами на маркетплейсах из 1С (модуль МС:Интеграция с маркетплейсами)

Популярные сценарии управления ценами на маркетплейсах

Опишем часто встречающиеся задачи по назначению цен на товары:

- Реальная цена после применения скидки Озон.карты Или Яндекс.Пэй должна быть не ниже минимальной розничной цены от вендора/дистрибьютора
- Назначенная цена должна быть равна минимальная цене среди конкурентов, но не ниже цены с минимальной наценкой
- Цена должна быть ниже в дневное время и выше в вечернее время
- Цена должна быть равна медианной цене среди всех конкурентов
- Увеличивать цену на товар, когда по нему остался маленький остаток

Виды цен на маркетплейсах (термины)

В настройках модуля для интеграции с маркетплейсами от компании MoscowSoft мы используем четыре вида цен.

- [Вид цены себестоимости](#)
- [Вид минимальной цены](#)
- [Вид текущей цены](#)
- [Вид виртуальной цены до скидки](#)

Давайте подробно расскажем, для какой цели служит каждый из видов цен.

Вид цены себестоимости

Вид цен себестоимости не отправляется на маркетплейс, он служит для расчета прибыли от торговли на маркетплейсах. Подробнее про настройку учета прибыли можете изучить в отдельных статьях - есть [инструкция про прибыль в разрезе статей](#) и про [прибыль в разрезе товаров](#).

Если вы не выберете вид цен хранения себестоимости и не заполните или загрузите в 1С значения цен для товаров, расчета прибыли внутри модуля интеграции 1С с маркетплейсами вы не получите.

Остальные три вида цен взяты из методики работы маркетплейса Озон.

Минимальная цена

Значение этого вида цен взято из методологии маркетплейса Ozon. На Озоне для каждого товара есть настройка автоматического участия в акциях. Так вот если для товара возможно участие в акции с определенной ценой и эта цена выше или равна минимальной цене товара и у товара включено автоматическое участие в акциях, то товар автоматически попадет в акцию.

При ручном редактировании товаров в акциях можно указать и цену ниже минимальной и включить товар в акцию. Но в этом случае появится предупреждение и такой размер скидки Озон подсветит красным цветом.

Текущая цена

Цена по умолчанию. Мы используем хитрость. Минимальной ценой назначаем цену уже с учетной планируемой нормы прибыли. Далее к минимальной цене добавляем определенный процент 10, 20 или 30% на ваш выбор. И назначаем таким образом завышенную текущую цену.

В этом случае текущая цена служит только для того, чтобы от нее давать скидку и участвовать в акциях.

Крайне не рекомендуем участвовать в акциях с ценой ниже минимальной или делать текущую цену равной минимальной цене. Озон тогда не будет разрешать вам участие в акциях или будет заставлять вас делать цену ниже вашей минимальной цены. А это будет означать, что маржинальность вашей торговли будет ниже плановой, из-за этого вся деятельность предприятия может оказаться убыточной. Как говорится, со скидками надо быть предельно осторожными.

Настройка видов цен в модуле

Настройка производится в настройках аккаунта на вкладке **Виды цен**.

☆ **Настройки аккаунта "MARQI (Ozon)"**

Записать и закрыть

Записать

Заполнить регионы России и кластеры Ozon

Аккаунт: Маркетплейс:

Основные | Токены | FBS | Уведомления / Отчеты | **Цены** | Автообновление | Расчет поставок | Журнал событий

✓ **Настройки**

- Автоматически рассчитывать зависимые цены в 1С перед отправкой цен
- Автоматически участвовать в акциях с ценой выше минимальной (в разработке)

✓ **Парсинг цен маркетплейсов**

- Использовать парсинг цен на маркетплейсах
- Загружать цены маркетплейсов автоматически по расписанию

Вид цены парсинга:

✓ **Виды цен**

- Вид цен себестоимость: Используется только для отчета "Отчет по прибылям и убыткам"
- Вид цен минимальной цены: Актуально только для Ozon
- Вид цены текущая: Цена до акций и скидков маркетплейса
- Вид цены до скидки: Зачеркнутая цена

✓ **Контроль минимально разрешенных цен**

- Вид цен установленная на маркетплейсе текущая:
- Вид цен минимальной разрешенная розничная:

✓ **Автоувеличение цен**

- Увеличивать цены на товары, когда их остается мало

Количество, при остатке меньше которого увеличивать цену (k - на графике):

Во сколько раз цена должна быть больше, когда остаток товара равен 1шт. (n - на графике):



Комментарий к графику

k - количество товара, при остатке меньше которого цена будет увеличиваться
 n - коэффициент увеличения цены (умножается на обычную цену)
 x - обычная цена на товар. Умножаться на коэффициент будет каждая из цен - минимальная, текущая и цена до скидки.

Управление ценами

При желании вы можете включить в настройках аккаунта быстрое редактирование для цен, способ задания которых **Вручную**:

☆ Настройки аккаунта "MARQI (Ozon)"

Записать и закрыть

Записать

Заполнить регионы России и кластеры Ozon

Аккаунт: MARQI

Маркетплейс:

Основные | **Токены** | FBS | Уведомления / Отчеты | Цены | Автообновление | Расчет поставок | Журнал событий

Основные настройки | Поля документа "Заказ клиента" | Склады | Склады маркетплейса

- Использовать схему работы FBS и/или DBS**
- Отправлять на маркетплейс остаток "0" по FBS, когда есть остаток FBO ?
- Разрешить быстрое редактирование остатков и цен в 1С для FBS ?**
- Резервировать товары на складах

Порог выгрузки остатков: Если остаток товара меньше порогового значения, то на маркетплейс будет отправляться нулевой остаток

Под быстрым редактированием цен мы подразумеваем их изменение прямо из интерфейса вкладки **Цены и скидки** нашего модуля для интеграции 1С с маркетплейсами:

Меню | Настройки | **Товары и цены** | Все заказы | FBS | FBO | Анализ | Журнал событий

Карточки из маркетплейса | **Цены и скидки** | Парсинг | Соответствие

? [Справка по работе с ценами](#)

Добавить | | | Заполнить | Отправить цены на маркетплейс | Управление ценами

	Обновить вручную...	Обновлять автоматически	Номенклатура контрагента	Цены на маркетплейсе			Цены в 1С		
				Мин. цена	Текущая цена	Цена до скидки	Мин. цена	Текущая цена	Цена до с...
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		Гипс для творчества "экспресс бетон" скульптурный декорат...	1 324,00	1 689,00	3 178,00			
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		Пластикатор для гипса 0,25 кг	574,00	689,00	1 378,00	574,00	689,00	1 378,00

Далее в основном интерфейсе решения на вкладке **Номенклатура** перейдите на вкладку **Цены и скидки**. Установите флаг Обновлять автоматически у тех товаров, цены на которые хотите устанавливать по данным из 1С автоматически:

← → | МС:Интеграция с маркетплейсами. Аккаунт "MARQI (Ozon)"

Режим работы: Все аккаунты вместе | **Один аккаунт** | Аккаунт: MARQI (Ozon) | Аккаунт | Общие ×

Меню | Настройки | **Товары и цены** | Все заказы | FBS | FBO | Анализ | Журнал событий

Карточки из маркетплейса | **Цены и скидки** | Парсинг | Соответствие

? [Справка по работе с ценами](#)

Добавить | | | Заполнить | Отправить цены на маркетплейс | Управление ценами | × |

	Обновить вручную...	Обновлять автоматически	Номенклатура контрагента	Цены на маркетплейсе			Цены в 1С		
				Мин. цена	Текущая цена	Цена до скидки	Мин. цена	Текущая цена	Цена до с...
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		Пластикатор для гипса 0,25 кг	574,00	689,00	1 378,00	574,00	689,00	1 378,00
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		подсвечникамень	409,00	491,00	982,00	409,00	491,00	982,00

Автоматический расчет зависимых цен

Если хотите, чтобы все зависимые цены рассчитывались автоматически, можете также включить соответствующую настройку:

☆ Настройки аккаунта "MARQI (Ozon)"

Записать и закрыть Записать Заполнить регионы России и кластеры Ozon

Аккаунт: MARQI Маркетплейс:

Основные Токены FBS Уведомления / Отчеты **Цены** Автообновление Расчет поставок Журнал событий

Настройки

- Автоматически рассчитывать зависимые цены в 1С перед отправкой цен
- Автоматически участвовать в акциях с ценой выше минимальной (в разработке)

Парсинг цен маркетплейсов

- Использовать парсинг цен на маркетплейсах
- Загружать цены маркетплейсов автоматически по расписанию

Вид цены парсинга:

Виды цен

- Вид цен себестоимость: Используется только для отчета "Отчет по прибылям и убыткам"
- Вид цен минимальной цены: Актуально только для Ozon
- Вид цены текущая: Цена до акций и скидочек маркетплейса
- Вид цены до скидки: Зачеркнутая цена

Контроль минимально разрешенных цен

- Вид цен установленная на маркетплейсе текущая:
- Вид цен минимальной разрешенная розничная:

Автоматическое увеличение цен заканчивающихся товаров

Если вы не успеваете сделать поставку товаров, которые заканчиваются на складах маркетплейса, чтобы товар не закончился полностью, может иметь смысл на время зависить на него цены. Есть мнение, что товары без остатков на складах маркетплейса, выпадают из ТОПа продаж быстрее, чем товары, у которых завышенная цена и мало продаж.

Такая возможность есть в нашем продукте МС:Интеграция с маркетплейсами. Как настроить автоматическое увеличение цен по товарам, которые заканчиваются на складах маркетплейса, мы написали подробную инструкцию и [разместили ее в отдельной статье](#).

Парсинг цен на маркетплейсах

Как известно, используя интеграцию по API, невозможно получить реальные цены, по которым покупатели приобретают товары. Маркетплейсы предоставляют скидку за свой счет (скидка по Ozon.Карте, Яндекс.Рау или СПП на Wildberries) - скидка постоянного покупателя.

В то же время необходимость следить за своими реальными розничными ценами возникает очень часто. Для многих продавцов действует требование придерживаться определенной

ценовой политики и ни в коем случае не устанавливать розничные цены ниже определенного значения.

Второй сценарий необходимости [мониторинга цен](#) касается цен конкурентов. Бывает важно следить при установке собственных цен за ценами конкурентов. Сделать это по API невозможно.

В продукте МС:Интеграция с маркетплейсами есть возможность [парсинга цен на маркетплейсах](#). О том, как это работает и как настроить, мы [рассказали в отдельной статье](#).

Автоматическое увеличение цен на маркетплейсах для заканчивающихся товаров

Актуальность задачи автоматического увеличения цен

При торговле на маркетплейсах по схеме FBO (продажа со склада маркетплейса) нередко могут происходить ситуации, когда новую поставку сдать не успели, а остаток товара почти закончился. Есть устоявшееся мнение, что товары, по которым закончился остаток, очень быстро выпадают из ТОПа выдачи. Гораздо быстрее, чем товары, которые стали меньше продаваться из-за высокой цены.

Наш модуль МС:Интеграция с маркетплейсами позволяет настроить алгоритм автоматического увеличения цены на заданный коэффициент в зависимости от остатка товара. И чем меньше товара в остатке на складах маркетплейса, тем выше будет цена.

Типовые возможности ценообразования в конфигурациях 1С

Изучить возможности по ценообразованию в типовых конфигурациях 1С лучше всего в официальной документации. Мы рекомендуем ознакомиться со следующими статьями на ИТС:

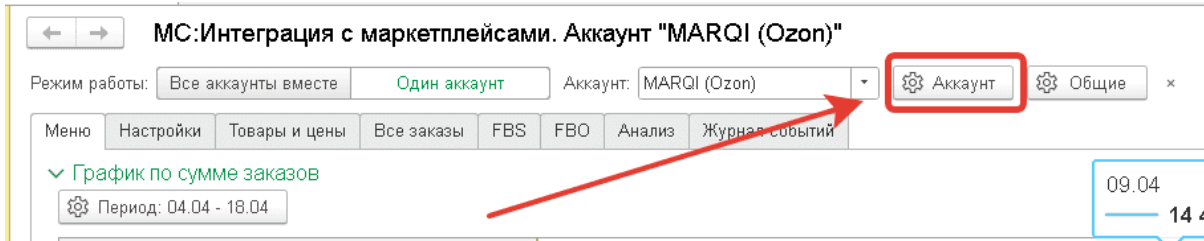
- [Формирование и расчет цен продажи](#)
- [Учет в примерах. Назначение цен и скидок на товары](#)

Для доступа к информационной системе 1С:ИТС вам нужна будет подписка на 1С:Комплект поддержки (бывшее название 1С:ИТС), но вы также всегда можете оформить тестовый бесплатный доступ на 7 дней.

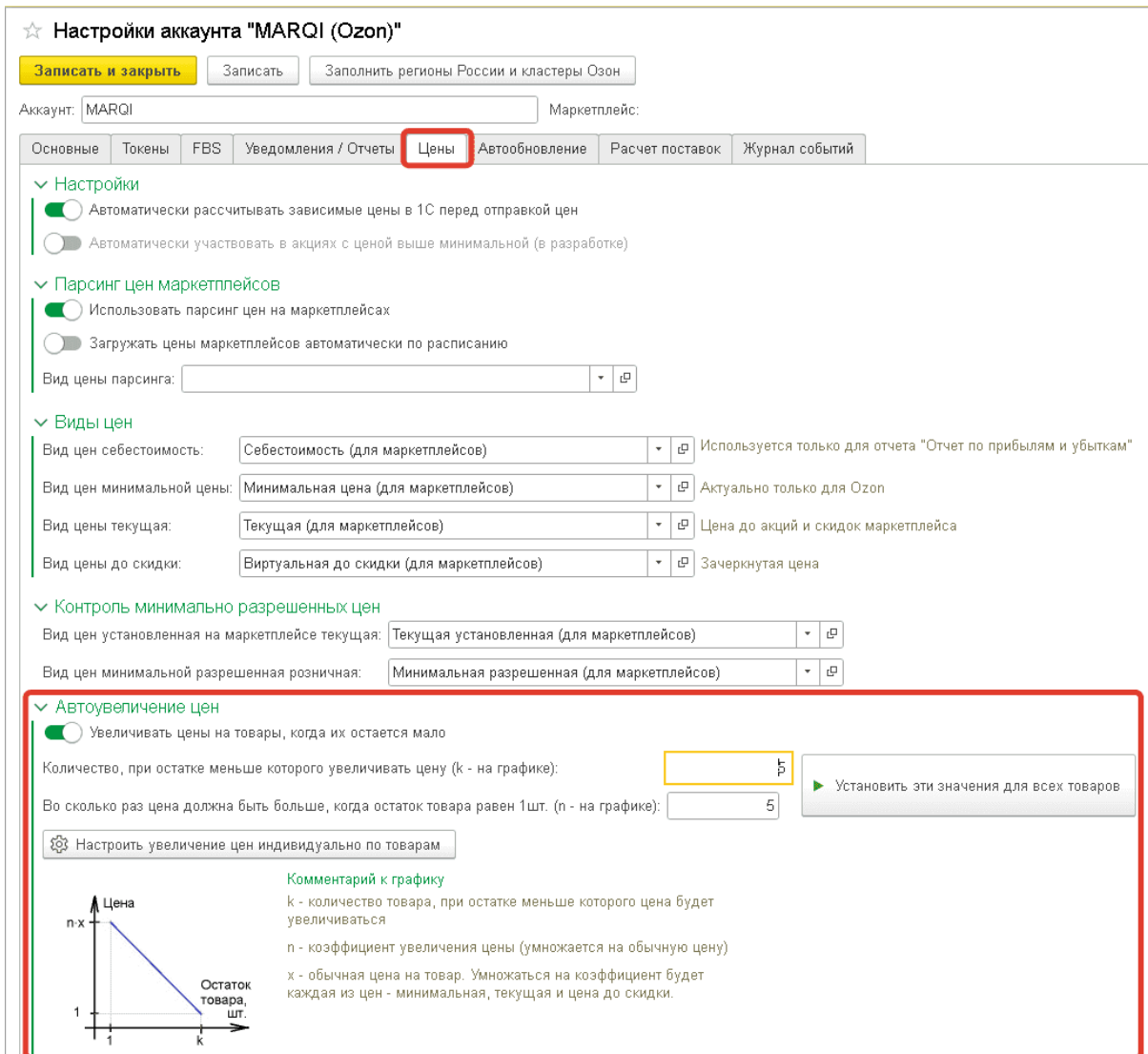
Если говорить о возможностях системы ценообразования в продуктах 1С, то они очень широкие. Можно не просто назначать цены в зависимости от значений других цен с наценкой в рублях или процентах, с пересчетом по курсу валюты, не только устанавливать цены по цене закупки товара, но и устанавливать цены по произвольному алгоритму (выполняя запрос к базе данных).

Настройка автоматического увеличения цен на маркетплейсах

1. Настройка по каждому аккаунту на маркетплейсе выполняется индивидуально. Для настройки зайдите в настройки аккаунта:



2. На вкладке Цены включите переключатель Увеличивать цены на товары, когда их остается мало:



3. Заполните значения параметров **Количество, при остатке меньше которого увеличивать цену** и **Во сколько раз цена должна быть больше, когда остаток товара**

равен 1 шт. Нажмите кнопку **Записать**. После этого нажмите кнопку **Установить эти значения для всех товаров**.

4. Если требуется по-разному увеличивать цену для отдельных товаров, можете нажать на кнопку Настроить увеличение цен индивидуально по товарам:

☆ Настройки аккаунта "MARQI (Ozon)"

Записать и закрыть Записать Заполнить регионы России и кластеры Ozon

Аккаунт: Маркетплейс:


Основные Токены FBS Уведомления / Отчеты **Цены** Автообновление Расчет поставок Журнал

✓ **Настройки**





- Автоматически рассчитывать зависимые цены в 1С перед отправкой цен
- Автоматически участвовать в акциях с ценой выше минимальной (в разработке)

✓ **Парсинг цен маркетплейсов**

- Использовать парсинг цен на маркетплейсах
- Загружать цены маркетплейсов автоматически по расписанию

Вид цены парсинга: ▾ 

✓ **Виды цен**

- Вид цен себестоимость: ▾  Используется
- Вид цен минимальной цены: ▾  Актуально тог
- Вид цены текущая: ▾  Цена до акции
- Вид цены до скидки: ▾  Зачеркнутая и

✓ **Контроль минимально разрешенных цен**


- Вид цен установленная на маркетплейсе текущая:
- Вид цен минимальной разрешенная розничная:

✓ **Автоувеличение цен**

- Увеличивать цены на товары, когда их остается мало

Количество, при остатке меньше которого увеличивать цену (k - на графике):

Во сколько раз цена должна быть больше, когда остаток товара равен 1шт. (n - на графике):

 **Настроить увеличение цен индивидуально по товарам**

[Комментарий к графику](#)

Откроется форма для индивидуальной настройки. В ней по каждому товару можно

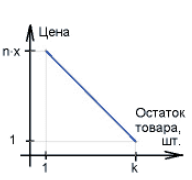
установить необходимые значения:

← → ☆ Увеличение цен по товарам
🔗 ⋮ ×

Создать 📄

Поиск (Ctrl+F) ×

🔍 - Еще ▾



Комментарий к графику

k - количество товара, при остатке меньше которого цена будет увеличиваться

n - коэффициент увеличения цены (умножается на обычную цену)

x - обычная цена на товар. Умножаться на коэффициент будет каждая из цен - минимальная, текущая и цена до скидки.

Карточка товара на МП	k - количество, при остатке меньше которого увеличивать ц...	n - во сколько раз цена должна быть больше, когда остаток товара равен 1...
🔍 Свеча ароматическа...	5	5
🔍 Свеча ароматическа...	5	5
🔍 Свеча ароматическа...	5	5
🔍 Набор для творчеств...	5	5
🔍 Набор для творчеств...	5	5
🔍 Набор для изготовле...	5	5
🔍 Набор изготовления ...	5	5
🔍 Набор для изготовле...	5	5
🔍 Аромадиффузор МА...	5	5

5. Откроется окно индивидуальной настройки по товару, где можно указать значения коэффициентов:

☆ Увеличение цен по товарам
🔗 ⋮ □ ×

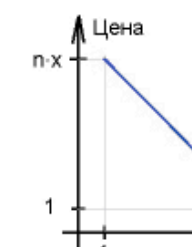
Записать и закрыть
Записать
Еще ▾

Аккаунт: [MARQI \(Ozon\)](#)

Карточка товара на МП: Свеча ароматическая MARQI "Амбра и роза" | ▾ 📄

Количество, при остатке меньше которого увеличивать цену: 5

Во сколько раз цена должна быть больше когда остаток товара равен 1 шт.: 5



Комментарий к графику

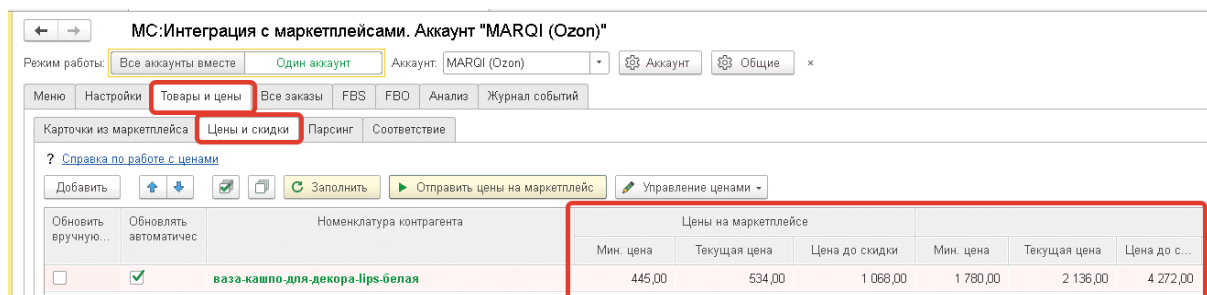
k - количество товара, при остатке меньше которого цена будет увеличиваться

n - коэффициент увеличения цены (умножается на обычную цену)

x - обычная цена на товар. Умножаться на коэффициент будет каждая из цен - минимальная, текущая и цена до скидки.

Особенности и ограничения функционала

- К сожалению, пока данный функционал не работает с товарами, участвующими в акциях. Кроме того, из некоторых акций невозможно выйти после того, как они начались. Считаем, что было бы корректным выходить из акций, если необходимо увеличить цену на товар. Другого варианта увеличения цены на наш взгляд нету.
- Цена увеличивается на все виды цен - минимальную, текущую и виртуальную до скидки.
- По данным 1С значения цен при этом не увеличиваются. Они остаются прежними. Но на вкладке Товары и цены - Цены и скидки значения в колонках Цены в 1С будут именно такими, какие планируется отправить на маркетплейс.



Обновить		Цены на маркетплейсе					
вручную...	автоматичес	Мин. цена	Текущая цена	Цена до скидки	Мин. цена	Текущая цена	Цена до с...
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	445,00	534,00	1 068,00	1 780,00	2 136,00	4 272,00

И если требуется отправлять цены автоматически, надо включить флаг **Обновлять автоматически**.

Заключение

Задача автоматического увеличения цен могла бы быть решена и с помощью стандартного функционала решений 1С. Но настройка в таком случае была бы чрезвычайно сложной. Нужно было бы запросом анализировать свободные остатки товаров на определенных складах. И если они небольшие, то достаточно сложной формулой рассчитывать новую, увеличенную цену.

Продвижение товаров на маркетплейсе Ozon и избежание платного хранения

Статусы товаров на маркетплейсе Ozon (классификация от MoscowSoft)

В 2024 году маркетплейс Ozon впервые ввел очень дорогое размещение товаров. С 1 июня было 1.5 руб за литр при оборачиваемость более 120 дней. С 16 июня правило смягчили, для товаров с оборачиваемостью более 160 дней вводилось платное хранение.

Это изменение стало настоящим шоком для многих продавцов. Дело в том, что в декабре продажи были рекордными, селлеры, руководствуясь статистикой продаж, наполнили

склады. Но начиная с января месяца продажи уменьшались и уменьшались. И по многим товарам стали очень низкими.

Чтобы избежать такой ситуации, нужно действовать на опережение.

Мы придумали деление товаров на четыре статуса. Для каждого статуса должна быть своя стратегия действий. Иногда даже внутри одного статуса действия будут кардинально противоположными в зависимости от изменения показателя оборачиваемости. То есть следить нужно не только за его текущим значением, но и за трендом - оборачиваемость увеличивается в последние недели или падает.

Статусы следующие:

Название статуса	Что означает	Цветовое обозначение	Стратегия
Платное хранение	Оборачиваемость более 160 дней по продажам за последние 60 дней. Озон берет значительные платежи за хранение таких товаров	бордовый	Требуется в кратчайшие сроки любой ценой выйти из этого статуса
Распродажа	Товар выводится из ассортимента. Новые поставки не планируются.	голубой	Распродаем товар с сохранением рентабельности (по возможности)
Обычный	Оборачиваемость по продажам за последние 60 дней составляет от 50-60 до 160 дней (сами числа дней можно настраивать)	белый	Стратегия различается в зависимости от значения оборачиваемости. Если 100 и более и число растёт, то принимаются меры для срочного увеличения оборачиваемости. Если меньше 100, анализируется ДРР рекламных кампаний и только эффективные используются.
Дефицит	Остатка товаров хватит на 50-60 дней или меньше	красный	Рекламная активность снижается до новых поставок товаров. Могут повышаться цены.

Актуальность классификации

Может появиться вопрос - а зачем вводить собственную классификацию, если на Озоне уже есть готовые отчеты, которые работают по похожему алгоритму?

Например, отчет "Доступность товаров":

Доступность товаров

[Пройти обучение](#)

[Оставить отзыв](#)

[Сдел](#)

Не теряйте продажи — привозите товары по рекомендации. Экономьте на плате за продажу 2% — держите запас товаров минимум на 10 дней. [Подробнее](#)

98 % 0 % Доступность за 28 дней 1 772 P -26 P Упущенные продажи за 28 дней

[Посмотреть на графике](#)

Все товары 71 Срочно поставить 3 Скоро поставить 5 Скидка истекает 1 Нет скидки 0

Поиск по артикулу и названию

Категория

Super-товары

за прошедшие 28 дней			нужно поставить		скидка на плату за продажу super-товаров	
Доступность	Среднесут. продажи	Упущенные продажи	Рекомендация	Рекомендуемая поставка шт	Признак товара	Наличие скидки на тариф за продажу
89% -4% 25 из 28 д	250 P	~751 P	Срочно поставить	7	—	—
93% -3% 26 из 28 д	112 P	~223 P	Срочно поставить	9	—	—
82% +0% 23 из 28 д	91 P	~457 P	Срочно поставить	7	—	—





Или отчет "Оборачиваемость":

Онлайн Остатки [Оборачиваемость](#) [Отчёты в формате xls](#)

Введите название, артикул или SKU

Признак товара

[Скачать отчёт](#)

Фото	Наименование товара SKU • Артикул	Онлайн Остатки	ADS	IDC	Оборачиваемость		
					Сток	Дни	Качество
	Набор для изготовления свечи в кокосе 1491150574 • набор-создания-свечи-кокос	65	0.65	Избыточный	100	Средняя	59.69
	Набор для творчества по созданию аромасвечи с ароматом "Теплый хлеб" в пекарня мини 865704877 • создание аромасвечи пекарня мини	61	0.78	Средний	78.21	Низкая	127.34
	Подсвечник из гипса "камень" для чайных свечей гипсовый декоративный маленький 809521155 • подсвечниккамень	54	0.45	Избыточный	120	Критическая	180.11
	Свеча ароматическая MARQI "Ветивер, лимон, Бергамот" 866599167 • аромасвеча-ветивер-лимон-бергамот-19-00	40	0.15	Критический	266.67	Критическая	281.78

С уважением,
команда компании
MoscowSoft

Да, действительно, такие отчеты есть. Они достаточно простые для изучения и позволяют сделать выводы и принять меры.

Вот только следить за каждым товаром достаточно затруднительно.

Плюс анализ продаж нужно проводить, фактически, каждый день по каждому товару. Почему так? Потому что нужно следить за тем, чтобы расходы в трафаретах не были слишком высокими, ДРР слишком высоким, остатки слишком низкими, размещение товаров на складах маркетплейса чтобы не было платным.

И если ставка в трафаретах установлена 5 рублей за клик, ДРР достаточно низкий, но нет показов такой рекламной кампании, значит ставку за клик надо поднять. А через несколько дней поднять еще раз, если все еще нет показов.

То есть при принятии решений нужно учитывать прошлые изменения в настройках рекламы по конкретному товару.

Одному человеку удерживать в голове такой объем информации очень затруднительно.

Поэтому мы работаем над возможностью [настроить автоматические действия над товарами в зависимости от статуса](#) ([Распродажа](#), [Платный](#), [Обычный](#) или [Дефицит](#)). Также действия могут зависеть от показателя оборачиваемости, от статистики рекламной кампании с прошлым значением показателя и так далее.

Например, можно настроить постепенное увеличение ставки в трафаретах до тех пор, пока ДРР ниже заданного значения, например, 20%. А когда ДРР превышено, чтобы ставка снижалась.

Все эти настройки будут постепенно добавляться в нашем продукте [МС:Интеграция 1С с маркетплейсами](#).

Рекомендуемые настройки личного кабинета селлера

Для каждого товара мы рекомендуем создавать отдельную рекламную кампанию в трафаретах. Дело в том, что статистику продаж Озон через API предоставляет только в разрезе кампаний, не в разрезе товаров. И вы не сможете рассчитать эффективность рекламы, если в кампании будет больше одного товара.

Статус “Платное хранение”

Алгоритм расчета показателя оборачиваемости и стоимость хранения товаров на складах маркетплейса могут меняться. Они могут и не быть заметной суммой в структуре расходов селлера. Но в этом случае все равно надо или принимать срочные меры по активизации продаж товара или принимать решение о его выводе из ассортимента (статус “Распродажа”).

Какие могут быть действия на маркетплейсе Озон:

1. Все заявки на скидку принимать.
2. Включить трафареты по конкурентной ставке.
3. Включить продвижение в поиске за процент по максимальной ставке 50%.
4. Зайти в акцию “Распродажа” (подразумевает снижение цены на товар).
5. Дополнительно снизить цену на товар.

Опять-таки, в зависимости от значения показателя оборачиваемости действия могут быть разными. Их перечень и значения ставок можно настраивать.

Статус “Распродажа”

Возможные действия (это просто идеи от нас, а не руководство к действию):

1. Принимать все заявки на скидку.
2. Включить трафареты по повышенной ставке, но следить за ДРР.
3. Не заходить в акцию “Распродажа”.
4. Повышенный процент в продвижении в поиске.

Статус “Обычный”

Для данного статуса действия могут быть кардинально различными в зависимости от значения показателя оборачиваемости. Объясним, почему так происходит.

При показателе ниже 60 дней можно считать, что товар близок к дефициту.

Возможные действия:

1. В этом случае логичным будет снизить ставки в рекламе (в трафаретах и продвижении за процент) вплоть до минимального значения или даже можно отключить рекламу.
2. Поднять цену.
3. Отклонять заявки на скидку.

При показателе 90 и выше (чем больше значение, тем активнее должны быть меры):

1. Постепенно увеличивать ставку в трафаретах.
2. Возможно, если близко к платному хранению, зайти в акцию “Распродажа”.
3. Принимать заявки на скидку начиная с какого-то значения оборачиваемости.

Именно постепенное изменение стратегии по установке цены позволяет минимизировать дорогую рекламу, плату за размещение товаров и прочие расходы. Также оно позволит поддерживать высокие продажи товаров, по которым рекламное продвижение работает эффективно. Как пример, если ДРР по рекламной кампании составляет 10%, можно увеличивать постепенно ставку (хоть каждый день на 0,1 рубль), пока ДРР ниже заданного значения, например, 15%.

Человеку следить каждый день за таким показателем и постепенно менять ставку было бы очень затруднительно, даже по одному товару.

А настроить это в программе совсем несложно. Следите за развитием программы
[МС:Интеграция 1С с маркетплейсами!](#)

Статус “Дефицит”

1. В [МС:Интеграция 1С с маркетплейсами](#) есть настройка постепенного увеличения цены при низком остатке товара.
2. Можно постепенно отключать рекламу при низком остатке товара.
3. Можно отклонять заявки на скидку.
4. Выйти из акций с невыгодными ценами (автоматически с помощью программы [МС:Интеграция 1С с маркетплейсами](#)). Это позволит увеличить цены, т.к. иначе постепенное увеличение цены не сработает. Для его корректной работы нужно будет выйти из акций, где участвует в данный момент конкретный товар.