Интерфейс владельца рекламных площадок

Описание функциональных требований к системе

Оглавление

[Введение 2](#_Toc394867647)

[Управление рекламными площадками 2](#_Toc394867648)

[Общие замечания 2](#_Toc394867649)

[Информация о рекламной площадке и заявки на изменение 2](#_Toc394867650)

[Поля, описывающие рекламную площадку 3](#_Toc394867651)

[Модерация 4](#_Toc394867652)

[Интерфейс владельца рекламных площадок 5](#_Toc394867653)

[Список рекламных площадок 5](#_Toc394867654)

[Добавление площадки вручную 5](#_Toc394867655)

[Загрузка в формате CSV 5](#_Toc394867656)

[Загрузка фотографий площадок 6](#_Toc394867657)

[Плагины для загрузки в формате XLS 6](#_Toc394867658)

[Изменение описания рекламной площадки 7](#_Toc394867659)

[Массовое изменение описаний рекламных площадок 7](#_Toc394867660)

[Выгрузка в формате CSV 7](#_Toc394867661)

[Плагины для выгрузки в формате XLS 7](#_Toc394867662)

# Введение

В данный момент в системе отсутствует веб-интерфейс для управления рекламными площадками. Есть интерфейс администратора (<http://search.promoatlas.ru/admin/dashboard>), однако его нельзя считать публичным интерфейсом и нельзя использовать для решения типовых задач владельцев рекламных площадок.

Основными задачами владельцев рекламных площадок являются:

1. Поддержание списка рекламных площадок в актуальном состоянии (добавление/изменение/удаление)
2. Определение доступности той или иной рекламной площадки
3. Определение условий использования той или иной рекламной площадки (цена, условия размещения, скидки)
4. Предоставление фотоотчётов о размещении рекламы

Все эти задачи в данный момент осуществляются вручную, причём сотрудниками ПромоАтлас, а не владельцами площадок напрямую. Целью описанных ниже изменений является автоматизация перечисленных выше действий.

# Управление рекламными площадками

## Общие замечания

В текущей реализации владельцы площадок передают списки площадок в некотором собственном формате операторам ПромоАтлас, которые в свою очередь составляют XLS файл и папку с фотографиями, с описанием площадок данного владельца. Затем этот XLS файл конвертируется в CSV файл, который заливается в базу командой promoatlas:load (LoadDataCommand.php).

При этом имеются следующие проблемы:

1. Одна и та же фотография многократно загружается в сервис, т.к. ссылки на неё содержатся в описании разных площадок.
2. При удалении площадки становятся некорректными ссылки на эту площадку из медиапланов.
3. При повторной загрузке могут возникнуть площадки-дубли.
4. При изменении цены площадки, цена меняется и во всех медиапланах, включающих данную площадку.
5. Добавленные/обновлённые площадки сразу становятся доступными для поиска, не производится никакой проверки корректности описания. (При текущем подходе проверка проводится операторами на этапе подготовки XLS-файла. Но если давать прямой доступ владельцам, то потребуется проводить проверку уже после загрузки в базу.)
6. Площадки разных владельцев могут иметь различные дополнительные поля. По этим полям может потребоваться фильтрация/сортировка/вывод в XLS и т.п.

Видно, что необходимо ввести различные статусы для рекламной площадки, а также ввести понятие версий как минимум для цены рекламной площадки (а может быть и для площадки вообще).

## Информация о рекламной площадке и заявки на изменение

Описание рекламной площадки – это набор полей различных типов. Часть этих полей является обязательными. Создание и изменение описания рекламной площадки является по сути набором заявок на изменение полей описания. Каждая такая заявка должна пройти модерацию, после чего она может быть применена (опубликована). При этом создаётся новая версия описания, на которую ссылаются всё медиапланы, созданные после публикации изменений. Медиапланы, согласованные до изменений, ссылаются на предыдущую версию описания площадки. (*Важно, чтобы последняя опубликованная версия площадки всегда хорошо индексировалась и быстро отображалась. Возможно последние значения всех полей надо держать в одной таблице, а прошлые и ожидающие применения – отдельно.*)

Жизненный цикл рекламной площадки выглядит следующим образом:

[Черновик] 🡪 [Ожидает публикации] 🡪 [Опубликована] 🡪 [В архиве (Удалена)]

В статусе «Черновик» информация о площадке может быть неполной. Этот статус используется во время сбора и проверки информации о новой площадке (т.е. до первой публикации). На такие площадки не может быть внешних ссылок, поэтому их можно просто удалять, а не отправлять в архив. Во всех остальных статусах удалять уже нельзя, т.к. могут быть внешние ссылки.

После того, как все обязательные поля заполнены, площадка может быть переведена в статус «Ожидает публикации». При этом данные площадки отправляются на модерацию. Если модерация пройдена, то данные о площадке публикуются. С этого момента она становится доступной для поиска при составлении медиаплана.

Если данные опубликованной площадки надо изменить/дополнить, то владелец/оператор может изменить некоторые поля. Интерфейсно это выглядит как редактирование формы рекламной площадки. При окончании редактирования определяются изменённые поля и формируется заявка на изменение. Эта заявка должна пройти модерацию. После прохождения модерации изменения применяются к опубликованной площадке. Хочется отдельно отметить, что сама площадка при этом всё время находится в статусе «Опубликована». Важно чётко различать информацию о площадке и заявки на изменение этой информации.

Заявка может находиться в одном из следующих статусов:

[Черновик] 🡪 [Ожидает публикации] 🡪 [Опубликована/Отклонена]

В случае отклонения модератор может указать причину отклонения (неполные/некорректные данные) и заявка переходит в статус Черновик.

Если рекламная площадка перестала существовать, то она отправляется в архив. Это изменение также проходит модерацию.

Поля, описывающие рекламную площадку

Заранее довольно трудно сказать, какие именно поля потребуются для описания рекламной площадки. У каждого нового владельца могут быть свои особенности при описании площадок. Также описания могут отличаться для различных типов носителей. Кроме того, различные медиабайеры могут требовать разные форматы медиапланов. Очевидно, что удовлетворяющее всех описание рекламной площадки в системе появится не сразу, а по мере накопления опыта работы с владельцами и медиабайерами/рекламными агентствами. Поэтому сейчас важно предусмотреть возможность добавления новых полей в ближайшем будущем, сделать эту операцию по возможности проще.

При добавлении нового поля может потребоваться

1. отображение в списке площадок владельца
2. редактирование в форме рекламной площадке
3. индексирование поля в Sphinx
4. фильтр по данному полю при поиске рекламных площадок
5. отображение в результатах поиска рекламных площадок
6. отображение в списке площадок медиаплана
7. отображение при выводе в Excel

и т.п.

Чтобы не забывать делать все эти изменения при появлении нового поля нужно поддержать метоописание поля, на основе которого реализуются пересиленные выше пункты. При добавлении нового поля в некотором конфигурационном файле/аннотации указывается необходимость поддержки каждого из пунктов. По сути это то, что сделано в SonataAdminBundle.

Ниже перечислены поля, которые точно должны присутствовать в описании рекламной площадки:

1. ID площадки
2. Название
3. Географические координаты
4. Город (*может выводиться из адреса/географической позиции?*)
5. Адрес
6. Цена
7. Описание
8. Проходимость (число контактов)
9. ID геообъекта
10. Тип носителя
11. Время последнего изменения
12. Описание (может быть пустым)
13. Фото носителя (может быть пустым)
14. Условия по изготовлению (может быть пустым)
15. Условия по монтажу (может быть пустым)
16. Условия по доставке (может быть пустым)

Модерация

Модерация осуществляется операторами (модераторами). Сервис должен обеспечивать хранение заявок и уведомление об их создании/изменении. Уведомления отправляются в некоторую общую внешнюю очередь (в Jira, Redmine и т.п.) через вызов API и/или отправку сообщения по email.

Права на создаваемые заявки должны даваться некоторой группе пользователей. Эти пользователи (модераторы) работают в общей очереди. Вопросы распределения работы решаются на стороне очереди.

В системе должны быть реализованы следующие операции:

1. Просмотр списка заявок на изменение площадок с возможностью фильтрации по всем основным полям площадки и по дате создания/изменения
2. Работа с заявкой (принять/отклонить с комментарием/принять с изменением)
3. Просмотр истории изменений заданной площадки

## Интерфейс владельца рекламных площадок

### Список рекламных площадок

Список должен поддерживать сортировку и фильтрацию по заданным в конфигурационном файле полям. На странице со списком также должны быть доступны операции (ведущие на другие страницы):

1. добавления новой площадки вручную
2. добавление/обновление площадок через загрузку файла в CSV формате PromoAtlas или в одном из форматов владельца
3. редактирование данных площадки
4. редактирование данных нескольких площадок сразу – массовое редактирование (см. как сделано, например, в Jira). Можно выбрать все площадки на странице, вообще все площадки (с учётом текущих фильтров) или указать площадки с помощью чекбоксов.
5. выгрузка части/всех точек в файл в CSV формате PromoAtlas или в одном из форматов владельца
6. отправка площадок в архив (удаление).

Список представляет собой таблицу, аналогичную списку площадок медиаплана.

Несколько важных замечаний о дизайне:

1. необходимо зафиксировать в верхней части страницы фильтры, заголовки и горизонтальную полосу прокрутки
2. необходимо формировать несколько вкладок с картами – по одной для каждого города
3. площадки, находящиеся в разных статусах надо выделять визуально:
   1. в статусе «Черновик» (не хватает нужных полей)
   2. в статусе «Ожидает модерации» (не опубликован)
   3. при наличии заявок на изменение ожидающих модерации (со ссылкой на список таких заявок). *(Видимо должно быть два режима – то, что опубликовано и самая последняя версия.)*
   4. при наличии запросов на уточнение цены *(описание будет позже)*
   5. при наличии запросов на фотоотчёт *(описание будет позже)*

### Добавление площадки вручную

При добавлении площадки вручную показывается страница формы рекламной площадки.

Аналогично добавлению площадки вручную в медиаплан (<http://search.promoatlas.ru/admin/promoatlas/main/adplace/create-for-mediaplan?mediaplanId>=...) и добавлению площадки в админке (<http://search.promoatlas.ru/admin/promoatlas/main/adplace/create>), но только владелец жестко задан – текущий владелец, от имени которого работает пользователь.

Можно отменить сохранение формы (возврат к списку с теми же фильтрами, которые были ранее), сохранить, либо сохранить и начать добавление следующей площадки. После сохранения площадка находится в статусе «Черновик».

### Загрузка в формате CSV

Загрузка в формате CSV позволяет добавить/обновить несколько площадок сразу.

Пользователь указывает расположение файла (и, возможно, каталога с фотографиями – см. ниже), кодировку и начинает загрузку.

Если в файле указаны ID площадок, которые уже есть в системе у того же владельца, то происходит обновление (после дополнительного предупреждения), если есть какой-то конфликт (такого ID нет, либо он принадлежит другому владельцу, либо данные некорректны), то конфликтные площадки отображаются отдельным списком и в дальнейшей загрузке не участвуют.

Новые загруженные из файла площадки сохраняются в статусе «Черновик» и отображаются в виде списка. Если происходит обновление, то отображаются новые данные – используется режим, в котором показывается не опубликованная, а последняя версия.

Можно присвоить загруженным площадкам одну дату и время создания и отфильтровать по ним, либо присваивать какой-то отдельный идентификатор всем площадкам, загруженным из одного файла. Важно, показать их вместе в обычном интерфейсе списка, где пользователь сможет сделать с ними что-то (отправить на модерацию или на публикацию) стандартными массовыми операциями.

### Загрузка фотографий площадок

Каждая рекламная площадка может содержать в описании одну или несколько фотографий. Фотография может демонстрировать расположение площадки или же тип носителя. В последнем случае несколько площадок могут ссылаться на одну и ту же фотографию. всё это относится к фотографиям площадок одного владельца. Т.е. у каждого из владельцев подразумевается собственное пространство имён для фотографий.

Не следует путать фотографии, описывающие рекламную площадку, и фотографии из фотоотчётов о размещении рекламных материалов. Требования к ним могут сильно различаться (необходимый размер, разрешение). Фотоотчёты должны храниться в неизменном виде, в то время как фотографии из описания вполне можно сжимать/модифицировать для экономии места на диске или повышения привлекательности площадки.

При ручном добавлении фотографии выбираются из списка и/или загружаются вручную.

При загрузке CSV файла фотографии загружаются из указанного каталога и связываются с площадками в файле по имени.

Если имя загружаемой фотографии совпадает с именем загруженной ранее фотографии (но не совпадает размер и CRC), то пользователь должен выбрать хочет ли он заменить фотографию для всех загруженных ранее площадок или же связать её (под новым именем) только с площадками данной загрузки, т.е. теми, которые ссылаются на неё из загружаемого CSV файла.

При загрузке фотографии приводятся к нужному размеру (большие фотографии уменьшаются до нужных размеров), генерируются тумбнейлы различных размеров.

В случае загрузки площадок из XSL файла фотографии могут быть включены прямо в XLS-файл. Как именно загружать их в этом случае будет решаться каждый раз отдельно.

### Плагины для загрузки в формате XLS

Все владельцы рекламных площадок имеют в том или ином виде списки своих площадок. Чаще всего для этого используется MS Excel. В некоторых случаях будет проще написать отображение их формата в формат CSV PromoAtlas, чем переводить вбивать данные вручную или конвертировать каждый раз в CSV PromoAtlas. Кроме того, у одного и того же владельца могут быть немного разные форматы для разных типов носителей или расположений.

Нужно реализовать механизм плагинов для загрузки данных из формата данного владельца. Каждому формату данного владельца будет присваиваться некоторое кодовое название (согласованное с владельцем). Далее будет создаваться класс, определяющий разбор файла и его отображение в описание рекламной площадки. Этот класс будет регистрироваться в системе. Пользователи, представляющие данного владельца, будут связываться (в конфигурационном файле или в базе данных) с соответствующим загрузчиком, после чего у них в интерфейсе должно появиться действие «Загрузить из файла в формате <название формата>».

Далее всё аналогично загрузке из CSV.

### Изменение описания рекламной площадки

Отображается форма со всеми полями рекламной площадки и их текущими значениями.

Если поле было изменено ранее в какой-то заявке, которая ещё не подтверждена модератором, то необходимо показывать рядом с полем предупреждение об этом. В поле же всегда показывается последнее опубликованное значение.

### Массовое изменение описаний рекламных площадок

Пользователь выбирает какие поля он хочет изменить, указывает для них новые значения. После этого создаются заявки на изменение указанных полей всех выбранных площадок.

### Выгрузка в формате CSV

Выгрузка нужна для резервного копирования и обмена данными о площадках. Пользователь должен иметь возможность выгрузить все или выдранные площадки в CSV файл. При этом пользователь может выбрать кодировку (windows-1251 или UTF-8) и указать, хочет ли он выгрузить также фотографии. При выгрузке вместе с фотографиями результатом является zip-архив, включающий CSV-файл и папку photo с фотографиями.

### Плагины для выгрузки в формате XLS

Точно так же, как с плагинами загрузки, нужна возможность связать с владельцем плагины выгрузки в его формате/форматах.