



ИНСТРУКЦИЯ ПО ОФОРМЛЕНИЮ АНКЕТ, ПРОГРАММИРУЕМЫХ КОМПАНИЕЙ ОМІ

Основная цель создания данного документа – обеспечить максимальное качество и минимальные сроки оказания услуг по программированию анкет со стороны компании ОМІ.

1. Общие требования:

1.1. Для начала программирования нужны все материалы в финальном виде (анкета, квоты, медиа, списки). Вычитка может проводиться до финализации простых квот и медиа, но для неё нужны анкета и файлы, влияющие на логику (списки, сложные квоты с ячейками или логикой распределения).

1.2. Проверка на логичность формулировок, отсутствие синтаксических и пунктуационных ошибок (Double-checking) перед отправкой.

1.3. Единый стиль написания (например, строчные или ПРОПИСНЫЕ буквы, вы / Вы, учет пола респондента по всей анкете при необходимости, тип, размер и цвет шрифта, единообразии стилей вопросов, ответов и комментариев для респондента).

1.4. Длительность стандартного скринера – не более 10-12 вопросов. В это количество включаются все вопросы, где респондент может закончить анкету (включая квотирующие). Для более длинного скринера может быть доп.оплата вознаграждение респондентам.

2. Специальные требования:

2.1. Нумерация вопросов и списков альтернатив:

- 2.1.1. В номерах вопросов должны использоваться только цифры и латинские буквы. Номер вопроса должен заканчиваться точкой и отделяться пробелом от начала формулировки вопроса или находиться в отдельном столбце таблицы.
- 2.1.2. В нумерации списков альтернатив должны использоваться только цифры.
- 2.1.3. Списки альтернатив должны быть представлены в столбце. Код варианта ответа нужно ставить слева от самого варианта ответа (справа – в крайних случаях).
- 2.1.4. Анкету необходимо проверить на отсутствие дублей среди нумерации вопросов и внутри списка ответов на каждый вопрос.
- 2.1.5. Если списки предоставлены не в анкете, а отдельным файлом, то в анкете должна быть ссылка на файл и место в нём. Также для списков внутри отдельного файла также должны соблюдаться все требования к нумерации.
- 2.1.6. Для волновых проектов важно избегать сдвига нумерации списков. Новые коды можно добавить в начало списка или в середину (каким покажется код по порядку, не зависит от его номера).
- 2.1.7. Другое – 98. Затрудняюсь ответить – 99. Исправляем, советуем клиенту исправить. Объяснение: при расширении списков в следующих волнах нумерация съезжает, могут множиться ошибки.

- 2.1.8. В нумерации списка ответов лучше избегать дополнительных кодов, например, не повторять номер вопроса.

Идеальный пример оформления списка:

1.	Мужской
2.	Женский

2.2. Логика (для анкеты и всех остальных материалов для программирования):

- 2.2.1. Логика и скринирующие условия должны обязательно содержать номера вопросов и коды.
НЕТ: *Задать вопрос потребителям творожков (раз в неделю и чаще) или Задать вопрос женщинам, имеющих детей дошкольного возраста.*
ДА: *Задать вопрос, если Q3=12 и Q7=4,5*
- 2.2.2. Четко прописывать в логике количество марок/магазинов (других элементов), по которым далее задаются вопросы.
Пример: отбор одной марки, по последней или предпочитаемой марке (с указанием вопроса) ЛИБО отбор нескольких марок (с указанием количества марок и логикой отбора каждой из них)
- 2.2.3. Варианты ответов должны охватывать весь спектр возможных суждений респондента. Проверка наличия ответов "Затрудняюсь ответить", "Нет ответа" и "Другое" в вопросах анкеты.
- 2.2.4. Для каждого вопроса прописывается тип вопроса (ОДИН ОТВЕТ, МНОЖЕСТВЕННЫЙ ВЫБОР и т.п.). Для табличных вопросов, где нужно оценить каждое высказывание по шкале, уточнять, делать вопрос таблицей, либо гридом с "вылетающими" высказываниями.
- 2.2.5. Вся логика должна быть прописана в анкете, без необходимости (в случае сложной логики) не должны использоваться дополнительные файлы и ссылки на них.
- 2.2.6. Если есть инструкция к отдельному коду (показ пункта или скринирование только по нему), то показывать в отдельном столбце. Если есть скринирование по сумме условий, то нужно это написать после вопроса

НЕТ:

1.	До 18 лет - ЗАКОНЧИТЬ ИНТЕРВЬЮ
2.	18-35 лет
3.	36-55 лет
4.	56 и более лет - ЗАКОНЧИТЬ ИНТЕРВЬЮ

ДА:

1.	До 18 лет	ЗАКОНЧИТЬ ИНТЕРВЬЮ
2.	18-35 лет	
3.	36-55 лет	
4.	56 и более лет	ЗАКОНЧИТЬ ИНТЕРВЬЮ

ДА:

1.	До 18 лет
2.	18-35 лет
3.	36-55 лет
4.	56 и более лет

Если выбран код 1 или 4 - ЗАКОНЧИТЬ ИНТЕРВЬЮ

- 2.2.7. Указывать, в каких вопросах должен быть пайпинг (подстановка формулировки или вариантов ответа из других вопросов), а также от какого вопроса (или логики отбора). Если нужны склонения, короткие списки выносятся в примечание на поля анкеты, длинные списки присылаются отдельным файлом с сохранением в них нумерации для альтернатив.
- 2.2.8. Для контроля правильности заполнения анкет и ввода данных респондентом, где это необходимо, указать диапазон вводимых респондентом значений (например, от 100 до 1000), их характер (только числа, только буквы), автоматический подсчет процентов, контроль числа.
- 2.2.9. Обязательно прописывать сложные ротации, нужно ли их сохранять в

последующих вопросах от основного списка или в каждом вопросе новая ротация.

2.3. Медиамаериалы:

- 2.3.1. Медиамаериалы присылаются в финальном виде до начала программирования.
- 2.3.2. Технические требования к медиамаериалам:
 - Все одинаковые по длине, ширине, формату в рамках одного вопроса. Пример размера: 200x200, 200x150, 200x140
 - Названия логотипов должны содержать в себе код ответа из анкеты. (например, 1_Сбербанк; Q1_1 и т.д.)
 - Размер логотипа: оптимальный 200*200 (интервал от 120*120 до 300*300)
 - Крупные картинки (не логотипы) – не более 2000 px по большей стороне. Оптимальный размер – по ширине планируемого поля показа в ссылке
 - Видео не больше 20 Мб
 - Картинки не больше 1,5 Мб каждая
- 2.3.3. Название файла должно содержать номер вопроса и код варианта ответа, где надо их показать.
- 2.3.4. Вся работа с медиамаериалами (например, сделать логотипы одинаковыми по размеру, убрать фон на логотипе, склеить 9 кадров в одну раскадровку) проводится на стороне Клиента.
- 2.3.5. Перед каждым вопросом с демонстрацией медиамаериалов прописывать название файла, который показывается в вопросе.
- 2.3.6. При программировании зонального клик-теста должна быть еще одна версия картинки, где отмечены все зоны. Для текстового клик-теста нужен файл со всеми подписями к зонам (т.е., текст, разбитый на список).

3. Изменения в анкете:

- 3.1. Все изменения вносятся непосредственно в анкету. Изменения выделяются маркером (заливка цветом), не в режиме правки или комментариев. Для новой итерации правок используется новый цвет. Если анкета не волновая, то старые правки можно удалять (удалить маркеры и исправления, убрать удаленный текст привести анкету к чистовому виду). Если анкета волновая, изменения в анкете 2 волны должны сохраняться от 1-ой волны, в анкете 3 волны – от 2-ой волны и т.д. При отправке правок нужно прописать, каким новым цветом выделены правки в данной итерации.
- 3.2. При внесении изменений в кодировку вопросов или вариантов ответа (новые коды или удаление кодов) нужно ещё раз проверить отсутствие дублей среди нумерации. Также – проверять сразу логику от этих вопросов по всей анкете. *Пример ошибки – удаляется вопрос, а в анкете остаётся от него логика в других вопросах.*
- 3.3. Комментарии по ошибкам программирования можно выносить на поля с выделением маркером или писать в тексте письма.

Не рекомендуется вносить изменения в анкету после ее отправки на программирование, т.к. это влечет за собой увеличение сроков программирования, в отдельных случаях – и увеличение стоимости.

Пожалуйста, внимательно проверьте финальную версию анкеты согласно всем перечисленным критериям. Это поможет нам существенно сократить время на программирование, а также уменьшить число дополнительных согласований в ходе работы.

Компания OMI благодарит Вас за сотрудничество!