III. INTRODUCTION

QInfo1. Мы предлагаем Вам поучаствовать в.онлайн-опросе в целях выяснения того, насколько хорошо покупатели знают некоторые товары и как они их приобретают. Мы были бы весьма благодарны Вам за участие в нем.

Внимательно прочтите каждый вопрос, прежде чем отвечать на него. В процессе опроса на экране будут появляться дополнительные инструкции. Опрос рассчитан на 30 минут.   
  
Каждый раз после ответа на вопрос нажимайте кнопку «Вперед». К следующей странице можно переходить только после ответа на все вопросы на текущей странице. Если у Вас не будет получаться перейти на следующую страницу, необходимо проверить сообщение об ошибке.   
  
Надеемся, Вам понравится наш опрос! Ваше мнение очень важно для нас. Спасибо!

IV. SCREENER

Base: ask all

S01

Укажите свой пол.

1. Мужской

2. Женский

|  |  |
| --- | --- |
| *BLADES & RAZORS* | 35% женщин 65% мужчин |
| *LAUNDRY, FEMCARE, DIAPERS* | *Женщины* |
| *HAIR CARE* | 70% женщин 30% мужчин |

Base: ask ALL

S01a

Являетесь ли Вы лицом, ответственным за покупку продуктов и других товаров в Вашей семье?

1 Я основной человек, ответственный за покупки в моей семье

2 Я ответственный за покупки в моей семье наравне с другим членом / членами семьи

3 Я не несу ответственности за покупки для моей семьи или делаю это только в минимальной степени

*ПРОДОЛЖИТЬ ЕСЛИ В S01a ВЫБРАН КОД 1,2 ИНАЧЕ СКРИН*

Base: ALL RESPONDENTS THAT PASSED S01a

SCRIPTER: FOR WOMEN (S01 – CODE 2) PROCEED IF S01a CODE 1 OR CODE 2; FOR MEN (S01 – CODE 1) PROCEED IF S01a CODE 1 OR CODE 2; OTHERWISE TERMINATE

S02

В каком регионе Казахстана Вы проживаете?

Если Вы проживаете в Астане, Алматы или Шымкенте, выберите не регион, а город.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | Город Нур-Султан/Астана | 1 328 535 | Астана |
| 2 | Город Алматы | 2 135 365 | Алматы |
| 3 | Город Шымкент | 1 179 045 | Юг |
| 4 | Абайская область | 610 727 | Восток |
| 5 | Акмолинская область | 785 809 | Север |
| 6 | Актюбинская область | 923 371 | Запад |
| 7 | Алматинская область | 1 492 327 | Юг |
| 8 | Атырауская область | 687 599 | Запад |
| 9 | Восточно-Казахстанская область | 731 293 | Восток |
| 10 | Жамбылская область | 1 213 897 | Юг |
| 11 | Жетысуская область | 698 987 | Юг |
| 12 | Западно-Казахстанская область | 685 673 | Запад |
| 13 | Карагандинская область | 1 134 404 | Центр |
| 14 | Костанайская область | 832 843 | Север |
| 15 | Кызылординская область | 829 258 | Юг |
| 16 | Мангистауская область | 757 908 | Запад |
| 17 | Павлодарская область | 755 057 | Север |
| 18 | Северо-Казахстанская область | 535 648 | Север |
| 19 | Туркестанская область | 2 105 276 | Юг |
| 20 | Улытауская область | 221 045 | Центр |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | ***КВОТЫ*** |
| ***АЛМА-АТА*** | ***КОД 2*** | ***11%*** |
| ***АСТАНА*** | ***КОД 1*** | ***6%*** |
| ***СЕВЕР*** | ***КОД 5, 14, 17, 18*** | ***15%*** |
| ***ВОСТОК*** | ***КОД 4, 9*** | ***7%*** |
| ***ЦЕНТР*** | ***КОД 13, 20*** | ***7%*** |
| ***ЮГ*** | ***КОД 3, 7, 10, 11, 15, 19*** | ***38%*** |
| ***ЗАПАД*** | ***КОД 6, 8, 12, 16*** | ***16%*** |

Base: all that qualified from S01 and S01a.

**S02a**

**Какова численность населения города / иного населенного пункта, в котором Вы проживаете?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | SOFT QUOTA |
| Сельское поселение | 1 | СКРИН |
| Город с населением менее 100.000 человек | 2 |
| Город с населением 100.000-1.000.000 человек | 3 | 67% |
| Город с населением 1.000.000 человек и более | 4 | 32% |

ПРОДОЛЖИТЬ, ЕСЛИ ВЫБРАНЫ КОДЫ 3-4, ИНАЧЕ СКРИН

ЕСЛИ QS2=1,2,3 (Нур-Султан, Алма-Ата, Шымкент) АВТОМАТИЧЕСКИ ПРОСТАВИТЬ КОД 4 (ГОРОД-МИЛЛИОННИК)

ЕСЛИ QS2<>1,2,3 НЕ ПОКАЗЫВАТЬ КОД 4

**S03**

**Укажите Вашу дату рождения.**

*[выпадающие списки: число, месяц, год]*

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |

*Закодировать интервалы*

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Blades&Razors*** | | ***Laundry,* Hair Care** | | ***FemCare*** | | ***Diapers*** | |
| ***Age*** | ***Quota*** | ***Age*** | ***Quota*** | ***Age*** | ***Quota*** | ***Age*** | ***Quota*** |
| 1,2. **15**-25 y.o. (код 1: 15-17, код 2: 18-25) | *19%* | 2.18-25 y.o. | *14%* | 1,2. 15-25 y.o. | *24%* | 2,3,4,5 18+ y.o. | *100%* |
| 3. 26-35 y.o. | *27%* | 3. 26-35 y.o. | *29%* | 3. 26-35 y.o. | *34%* |  |  |
| 4. 36-49 y.o. | *33%* | 4. 36-49 y.o. | *36%* | 4. 36-49 y.o. | *42%* |  |  |
| 5. 50+ y.o. | *21%* | 5. 50+ y.o. | *21%* |  |  |  |  |
| *SCREENOUT если возраст <15* | | *SCREENOUT если возраст <18* | | *SCREENOUT если возраст <15 OR >50* | | *SCREENOUT если возраст ~~<15~~ <18* | |

Base: ask FEMALES aged 18+

*ЗАДАТЬ, ЕСЛИ QS01 = 2*

S03a

Проживают ли вместе с Вами в Вашем доме дети в возрасте **до 36 месяцев**?

1 Да

2 Нет

*SCRIPTER: if S03a=1 then the respondent is defined as MOTHER and can be classified for Diapers Category*

Base: ask only Mothers (S03a code=1)

S03b

Укажите возраст своего самого **младшего ребенка**.

СПРАШИВАТЬ ТОЛЬКО QS3a=1

ПОЛЕ ДЛЯ ВВОДА, ЗАКОДИРОВАТЬ ИНТЕРВАЛЫ

|  |  |
| --- | --- |
| ЧИСЛОВОЕ ПОЛЕ ДЛЯ ВВОДА МИН 0, МАКС 36 | месяц(-а/-ев) ДОБАВИТЬ СЛОВО РЯДОМ С ПОЛЕМ |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | QUOTA |
| 0 - 3 месяцев | 1 | 33% |
| 4 - 12 месяцев | 2 |
| 13 - 24 месяцев | 3 | 33% |
| 25 - 36 месяцев | 4 | 34% |

Base: all respondents

S06

Каков Ваш среднемесячный доход на одного человека в семье?

1. До 70 000 тенге на человека
2. От 70 001 до 125 000 тенге на человека
3. От 125 001 до 180 000 тенге на человека
4. От 180 001 до 230 000 тенге на человека
5. Более 230 000 тенге на человека
6. Нет ответа

SOFT

* 64% mid- (<125k)
* 36% mid+ (125k+)

Base: all that qualified

S04

Какие из этих товаров Вы лично покупали за **последние 6 месяцев**?

НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ, РОТАЦИЯ, КРОМЕ 99

1 Обезболивающие

2 Одноразовые батарейки

3 Средства для стирки (порошок, гель, капсулы)

4 Средства от кашля

5 Средства для ухода за волосами (шампуни / кондиционеры)

6 Кофе

7 Товары для менструации (например, прокладки, тампоны или другие)

8 Алкоголь

9 Одноразовые подгузники / трусики для детей

10 Туалетная бумага

11 Средства для мытья посуды (ручная мойка и в посудомоечной машине)

12 Мужские средства для бритья (например, станки, сменные кассеты для бритья)

99 Ничего из перечисленного ЭКСКЛЮЗИВ СКРИН

S04a

А какие из этих товаров Вы лично покупали за **последние 3 месяца**?

НЕСКОЛЬКО ОТВЕТОВ, ПОКАЗАТЬ ВАРИНАНТЫ, ВЫБРАННЫЕ В S04

1 Обезболивающие

2 Одноразовые батарейки

3 Средства для стирки (порошок, гель, капсулы)

4 Средства от кашля

5 Средства для ухода за волосами (шампуни / кондиционеры)

6 Кофе

7 Товары для менструации (например, прокладки, тампоны или другие)

8 Алкоголь

9 Одноразовые подгузники / трусики для детей

10 Туалетная бумага

11 Средства для мытья посуды (ручная мойка и в посудомоечной машине)

12 Мужские средства для бритья (например, станки, сменные кассеты для бритья)

99 Ничего из перечисленного ЭКСКЛЮЗИВ

ПРОДОЛЖИТЬ, ЕСЛИ В S04 ВЫБРАН ХОТЯ БЫ ОДИН ИЗ КОДОВ 3,5,7,9,12, ИНАЧЕ СКРИН

MAIN QUESTIONNAIRE

I. OVERALL PART

**QInfo2. Позвольте задать Вам ряд вопросов о покупках, которые Вы совершаете для дома и семьи. Здесь нет правильных или неправильных ответов. Важно лишь Ваше мнение.**

**В ходе этого исследования мы попросим Вас думать о покупке товаров для дома и семьи в конкретных магазинах.**

AWARENESS

Base: ask all

Q1

Когда Вы вспоминаете о магазинах, торгующих товарами для дома и семьи (например, продуктами питания, чистящими средствами, средствами личной гигиены, товарами по уходу за детьми и т. п.), какие магазины приходят Вам на ум?

Напишите ниже.

**SCRIPTER: 10 ПОЛЕЙ ДЛЯ ВВОДА**

Q2

О каких из перечисленных магазинов Вам доводилось слышать? Отметьте ВСЕ магазины, которые знаете.

**SCRIPTER: ПОКАЗАТЬ ЛОГО БРЕНДОВ ИЗ СПИСКА (КРОМЕ 34,35,36, 37,38) БЕЗ НАЗВАНИЯ БРЕНДА, НО С ФОРМАТОМ СЕТИ, РОТАЦИЯ, КРОМЕ 98,99**

**КОДЫ 1-2, 3-4, 5-6,7-8, 10-11, РОТИРУЕМ РЯДОМ И МЕЖДУ СОБОЙ**

+ 99. Ни об одном из перечисленных **СКРИН**

+ 98. Другое **ПОЛЕ ДЛЯ ВВОДА**

WHEN LAST PURCHASED

Base: ask for stores the respondent is aware of in Q2, add codes 34, 35, 36

Q3

Укажите, пожалуйста, ВСЕ магазины из перечисленных ниже, где Вы совершали покупки в течение последних 6 месяцев.

**SCRIPTER: ПОКАЗАТЬ МАГАЗИНЫ, ВЫБРАННЫЕ В Q2, КОДЫ 34-36 РОТИРУЕМ МЕЖДУ СОБОЙ И ПОКАЗЫВАЕМ ВНИЗУ, НОВАЯ РОТАЦИЯ** **КОДЫ** **1-2, 3-4, 5-6,7-8, 10+37+38, РОТИРУЕМ РЯДОМ И МЕЖДУ СОБОЙ, КОД 98 -ПАЙПИНГ**

+

34 Небольшие магазины у дома (Азык-Тулик)

35 Небольшие хозяйственные магазины (Хозяюшки)

36 Рынки / базары / киоски

**+ вместо кода 11 показываем коды 37,38**

37. Детский Мир интернет-магазин

38. Детский Мир заказал(а) в интернет-магазине, забрал(а) в оффлайн магазине

99. Ни в одном из перечисленных **ЭКСКЛЮЗИВ СКРИН**

FREQUENCY OF PURCHASE

Base: ask for stores the respondent purchased in within past 6 months – Q3

Q3a

Как часто Вы совершали покупки в каждом магазине последние 6 месяцев?

**SCRIPTER: ПОКАЗАТЬ ПО ОЧЕРЕДИ МАГАЗИНЫ, ВЫБРАННЫЕ В Q3**

1 Раз в неделю или чаще

2 Раз в 2–3 недели

3 Раз в месяц / каждые 4 недели

4 Раз в 2–3 месяца

5 Раз в 4–6 месяцев

LOYALTY CARD

Base: ask for stores the respondent purchased in within past 6 months – Q3

Q3b

Карта постоянного покупателя каких из этих магазинов у Вас имеется?

**SCRIPTER: ЗАДАТЬ ПО МАГАЗИНАМ, ВЫБРАННЫМ В Q3 (КРОМЕ 34,35,36) ДЛЯ МАГАЗИНОВ, ГДЕ ЕСТЬ РАЗНЫЕ ФОРМАТЫ СЕТИ (КОДЫ** **1-2, 3-4, 5-6,7-8, 10+37+38) ПОКАЗЫВАЕМ ЛОГО ОДИН РАЗ** + 99 У меня нет карт

SHOPPING MISSION

Base: ask for 5 stores the respondent purchased in within past 6 months

Q3c

Оцените, как часто и в каких ситуациях Вы идете в магазин [ПОДСТАВИТЬ НАЗВАНИЕ МАГАЗИНА] за покупками? Оцените частоту совершения покупки в этом магазине в каждой из ситуаций

**SCRIPTER: МАТРИЦА, РОТАЦИЯ ВЫСКАЗЫВАНИЙ, ЗАДАТЬ ПО МАКСИМУМ 5 МАГАЗИНАМ, ОТМЕЧЕННЫМ В Q3 ПО НАИМЕНЕЕ ЗАПОЛНЕННОЙ ЯЧЕЙКЕ, ПОКАЗ ЛОГО**

1. Чтобы совершить **большую плановую закупку** на длительный срок товарами из разных категорий (еда, бытовая химия, средства по уходу за собой и т.д.)
2. Чтобы **пополнить** домашние запасы средств и брендов, которыми я регулярно пользуюсь
3. Чтобы купить **конкретный продукт**, который продается не везде
4. Чтобы купить продукт, который мне **срочно** понадобился
5. Чтобы **насладиться процессом шоппинга** без четкого списка покупок – погулять, посмотреть, вдохновиться приятной атмосферой магазина
6. Чтобы найти и выбрать **качественный продукт** с определенными свойствами, которого я не покупал(а) раньше. Мне требовалось больше выбора товаров, больше информации, отзывов, рекомендаций, чтобы подобрать подходящий товар
7. Другое ПОЛЕ ДЛЯ ВВОДА

5 Всегда в такой ситуации

4 Часто в такой ситуации

3 Иногда в такой ситуации

2 Очень редко / единичный случай

1 Никогда в такой ситуации

CONSIDERATION

Base: ask all, ask for stores the respondent did not shop within past 6 months, Q3 code, but is aware of in Q2, code 1, ДОБАВИТЬ СЮДА 34-36, если не были выбраны в Q3

For store with codes 11 Q3 – use separate off-line and on-line stores mentioned

Q4

Какие из перечисленных магазинов В~~в~~ы бы рассмотрели для покупки?

**SCRIPTER: ПОКАЗАТЬ БРЕНДЫ, КОТОРЫЕ ВЫБРАНЫ В Q2, НО НЕ ВЫБРАНЫ В Q3, ДОБАВИТЬ СЮДА 34-36, ДАЖЕ ЕСЛИ НЕ БЫЛИ ВЫБРАНЫ В Q3, КОДЫ 34-36 ПОКАЗЫВАЕМ ВНИЗУ**

+99. Ни один из перечисленных

CONSIDERATION SETSCRIPTER: Create a variable CONSIDERATION SET: all stores from Q3 with code 1 and stores from Q4 with code 1.

For stores with codes 11 in Q3 – use separate off-line and on-line stores mentioned

**Создать переменную QConsiderationSet**

**В нее включаем выбранные в Q3 и Q4 + коды 34,35,36 ~~(кроме кодов 34,35,36)~~ (кроме кода 98), далее отбираем максимум 10 магазинов/каналов по наименее заполненной ячейке для дальнейшего показа ДЛЯ ДЕТСКОГО МИРА МОГУТ ОТБИРАТЬСЯ ТОЛЬКО КОДЫ 10 и 11, ТО ЕСТЬ ЕСЛИ В Q3 ИЛИ Q4 БЫЛИ ВЫБРАНЫ 37 И/ИЛИ 38, ТО ВМЕСТО НИХ КОД 11**

DISTANCE

Base: ask for ALL STORES KNOW czy CONSIDERATION SET– Q3 – code 1, excluding on-line stores

Base: ask all, ask for

Q5

Как далеко каждый магазин находится от места, из которого Вы обычно отправляетесь за покупками (например, от Вашего дома или места работы)?

Если магазины одной сети расположены в нескольких местах, выберите то место, которое Вы чаще посещаете для совершения покупок.

Ответьте для всех известных Вам магазинов, даже если Вы не совершаете в них покупок.

**SCRIPTER: ГРИД, ПОКАЗ ЛОГО, ЗАДАТЬ ПО КАЖДОМУ МАГАЗИНУ ИЗ CONSIDERATION SET, КРОМЕ ОНЛАЙН МАГАЗИНОВ**

1 Он находится в пешей доступности

2 Он находится на таком расстоянии, что требуется воспользоваться автомобилем или общественным транспортом

3 Он находится вне пределов моей досягаемости

4 Не знаю / не уверен(-а), на каком он расстоянии

OVERALL RATING

Base: ask for stores in CONSIDERATION SET MAXIMUM 10 STORES

Q6

Принимая во внимание все Ваши требования к магазину, оцените следующие магазины по 10-балльной шкале, где 10

означает, что магазин идеален во всех отношениях, а 1 означает, что он ужасен. Выберите цифру, наиболее точно отражающую Ваше мнение о каждом магазине.

**SCRIPTER: ПОКАЗ ЛОГО, ЗАДАТЬ ПО КАЖДОМУ МАГАЗИНУ ИЗ CONSIDERATION SET**

10 – Он идеален во всех отношениях

9

8

7

6

5

4

3

2

1 – Он ужасен

VALUE RATING

Base: ask for stores in CONSIDERATION SET MAXIMUM 10 STORES

Q7

Учитывая как цены, так и все остальное, что Вы знаете о каждом магазине, что из нижеследующего точнее всего выражает Ваше мнение о СООТНОШЕНИИ ЦЕНЫ И КАЧЕСТВА в каждом магазине?

**SCRIPTER: ПОКАЗ ЛОГО, ЗАДАТЬ ПО КАЖДОМУ МАГАЗИНУ ИЗ CONSIDERATION SET**

10 – Очень хорошее соотношение цены и качества

9

8

7

6

5

4

3

2

1 – Очень плохое соотношение цены и качества

NET PROMOTER SCORE

Base: ask for stores in CONSIDERATION SET MAXIMUM 10 STORES

Q8

По шкале от 0 до 10, где «10» означает «Крайне вероятно», а «0» — «Крайне маловероятно», оцените вероятность того, что Вы порекомендовали бы каждый из следующих МАГАЗИНОВ.

**SCRIPTER: ПОКАЗ ЛОГО, ЗАДАТЬ ПО КАЖДОМУ МАГАЗИНУ ИЗ CONSIDERATION SET**

10 — Крайне вероятно

9

8

7

6

5

4

3

2

1

0 — Крайне маловероятно

IMPORTANT ATTRIBUTES

Base: ask all

Q9

Многие факторы влияют на то, как Вы оцениваете каждый магазин, в котором покупаете товары для дома и семьи.

Изучите приведенный ниже список и укажите, какие из них важны для Вас при совершении покупок.

**SCRIPTER: МАТРИЦА, РОТАЦИЯ ВЫСКАЗЫВАНИЙ, В СТРОКАХ АТРИБУТ, В СТОЛБЦАХ 1.Важно 2.Неважно, один ответ по строке**

**Задать Q9 2 раза для: 1. Оффлайн-магазины 2. Онлайн-магазины, ротируем эти два вопроса между собой**

1 Важно

2 Неважно

|  |  |
| --- | --- |
|  | 2. Онлайн-магазины |
| 1. Я бы порекомендовал(а) этот магазин другим людям 2. Это магазин, которому я могу доверять 3. Предлагает карту лояльности/постоянного покупателя с акциями, подходящими мне 4. Помогает мне почувствовать себя разумным покупателем 5. Я доверяю магазину, в нем продается только оригинальная и качественная продукция 6. Магазин предоставляет мне информацию, помогая найти оригинальный товар и избежать подделок 7. Стоит пройти/проехать мимо других магазинов, чтобы совершить покупку в этом магазине | Код 7 можно выбрать только для офлайн-магазинов  Код 6 можно выбрать только для онлайн |
| 1. Имеет приятную атмосферу (чисто и приятно, товар не валяется на полках) 2. Высокий уровень обслуживания покупателей 3. Подходит для семейного шоппинга 4. Скорость доставки меня устраивает 5. Стоимость доставки товаров является комфортной 6. Обеспечивает хорошую обратную связь по оформлению претензий к качеству или возврату товара   29. Стимулирует меня изучать и пробовать новые продукты | Коды 11,12 можно выбрать только для онлайн-магазинов  Коды 8, 10 можно выбрать только для офлайн-магазинов |
| 1. Имеет понятные указатели для каждого отдела и категории товаров 2. В магазине легко найти нужный товар 3. Консультанты / продавцы могут помочь мне подобрать правильный продукт в интересующей меня категории 4. Помимо цены, предоставляет информацию о товаре, которая помогает мне выбрать подходящую продукцию 5. Помимо обычных полок с товарами в магазине можно увидеть красивые стойки с продукцией, которые помогают мне выбрать нужный товар 6. В магазине заметны материалы, помогающие найти товары по выгодным ценовым предложениям и скидкам | Код 18 можно выбрать только для офлайн-магазинов |
| 1. Предлагает ассортимент продукции, который отвечает моим потребностям 2. Имеет хороший ассортимент товаров больших известных брендов (не собственных торговых марок магазинов) 3. Регулярно добавляет в ассортимент новинки 4. Предлагает уникальные / редкие товары и бренды, которые не найти в других магазинах 5. Постоянно имеет в наличии необходимые мне товары |  |
| 1. Цены на товарах понятны и легко считываются 2. В магазине представлены необходимые мне товары из различных ценовых категорий 3. Проводит хорошие распродажи/ промоакции, которые помогают сделать выгодную покупку 4. Постоянно предлагает низкие цены, даже если не проводится промо-акция |  |

ATTRIBUTE RATING

Base: ask for maximum 10 stores in CONSIDERATION SET, according to the algorithm provided

|  |
| --- |
| Q15  Ниже приведено высказывание, с помощью которого можно описать магазин или мнение о нем покупателя.  Укажите, какие из перечисленных ниже магазинов обладают следующей характеристикой.  Ею может обладать один магазин, несколько магазинов или ни один из магазинов.  **SCRIPTER:** |

**ПОКАЗЫВАЕМ ВЫСКАЗЫВАНИЕ И ПОД НИМ СПИСОК МАГАЗИНОВ С ЛОГО ИЗ CONSIDERATION SET** + 99. Ни один из перечисленных

|  |  |
| --- | --- |
|  | 2. Онлайн-магазины |
| 1. Я бы порекомендовал(а) этот магазин другим людям 2. Это магазин, которому я могу доверять 3. Предлагает карту лояльности/постоянного покупателя с акциями, подходящими мне 4. Помогает мне почувствовать себя разумным покупателем 5. Я доверяю магазину, в нем продается только оригинальная и качественная продукция 6. Магазин предоставляет мне информацию, помогая найти оригинальный товар и избежать подделок 7. Стоит пройти/проехать мимо других магазинов, чтобы совершить покупку в этом магазине | Код 7 можно выбрать только для офлайн-магазинов  Код 6 можно выбрать только для онлайн |
| 1. Имеет приятную атмосферу (чисто и приятно, товар не валяется на полках) 2. Высокий уровень обслуживания покупателей 3. Подходит для семейного шоппинга 4. Скорость доставки меня устраивает 5. Стоимость доставки товаров является комфортной 6. Обеспечивает хорошую обратную связь по оформлению претензий к качеству или возврату товара   29. Стимулирует меня изучать и пробовать новые продукты | Коды 11,12 можно выбрать только для онлайн-магазинов  Коды 8, 10 можно выбрать только для офлайн-магазинов |
| 1. Имеет понятные указатели для каждого отдела и категории товаров 2. В магазине легко найти нужный товар 3. Консультанты / продавцы могут помочь мне подобрать правильный продукт в интересующей меня категории 4. Помимо цены, предоставляет информацию о товаре, которая помогает мне выбрать подходящую продукцию 5. Помимо обычных полок с товарами в магазине можно увидеть красивые стойки с продукцией, которые помогают мне выбрать нужный товар 6. В магазине заметны материалы, помогающие найти товары по выгодным ценовым предложениям и скидкам | Коды 18 можно выбрать только для офлайн-магазинов |
| 1. Предлагает ассортимент продукции, который отвечает моим потребностям 2. Имеет хороший ассортимент товаров больших известных брендов (не собственных торговых марок магазинов) 3. Регулярно добавляет в ассортимент новинки 4. Предлагает уникальные / редкие товары и бренды, которые не найти в других магазинах 5. Постоянно имеет в наличии необходимые мне товары |  |
| 1. Цены на товарах понятны и легко считываются 2. В магазине представлены необходимые мне товары из различных ценовых категорий 3. Проводит хорошие распродажи/ промоакции, которые помогают сделать выгодную покупку 4. Постоянно предлагает низкие цены, даже если не проводится промо-акция |  |

**КАЖДОМУ РЕСПОНДЕНТУ ПОКАЗЫВАЕТСЯ ПО 1-2 КАТЕГОРИИ (ПО НАИМЕНЕЕ ЗАПОЛНЕННОЙ)**

**Qcategory.** Категории.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Qcategory=1** | Laundry | QS01=2+ S01a=1,2 + S04=3 | СРЕДСТВА ДЛЯ СТИРКИ (порошок, гель, капсулы) |
| **Qcategory=2** | Hair Care | QS01=1,2 S01a=1,2 + S04=5 | ШАМПУНИ / КОНДИЦИОНЕРЫ |
| **Qcategory=3** | Fem Care | QS01=2 S01a=1,2 + S04=7 | ТОВАРЫ ДЛЯ МЕНСТРУАЦИИ (месячных) (например, прокладки, тампоны или другие) |
| **Qcategory=4** | Diapers | QS01=2 S01a=1,2 + S04=9 + S03a=1 | ОДНОРАЗОВЫЕ ПОДГУЗНИКИ / ТРУСИКИ для детей |
| **Qcategory=5** | B&R | QS01=1,2 S01a=1,2 + S04=12 | МУЖСКИЕ СТАНКИ ДЛЯ БРИТЬЯ И / ИЛИ СМЕННЫЕ КАССЕТЫ |

НАЗВАНИЯ КАТЕГОРИЙ ДЛЯ ПОДСТАНОВКИ В L1-L10:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Код категории** | Название категории | *Формулировка для L1* | *Формулировка для L2* | *Формулировка для L3* |
| **Qcategory=1** | Laundry | СРЕДСТВ ДЛЯ СТИРКИ | СРЕДСТВАМИ ДЛЯ СТИРКИ | СРЕДСТВА ДЛЯ СТИРКИ |
| **Qcategory=2** | Hair Care | СРЕДСТВ ДЛЯ УХОДА ЗА ВОЛОСАМИ | ШАМПУНЯМИ / КОНДИЦИОНЕРАМИ | ШАМПУНИ/КОНДИЦИОНЕРЫ |
| **Qcategory=3** | Fem Care | СРЕДСТВ ЖЕНСКОЙ ГИГИЕНЫ | ТОВАРАМИ ДЛЯ МЕНСТРУАЦИИ | ТОВАРЫ ДЛЯ МЕНСТРУАЦИИ |
| **Qcategory=4** | Diapers | ТОВАРОВ ДЛЯ УХОДА ЗА ДЕТЬМИ | ОДНОРАЗОВЫМИ ПОДГУЗНИКАМИ / ТРУСИКАМИ для детей | ОДНОРАЗОВЫЕ ПОДГУЗНИКИ / ТРУСИКИ для детей |
| **Qcategory=5** | B&R | МУЖСКИХ СРЕДСТВ ДЛЯ БРИТЬЯ | СТАНКАМИ ДЛЯ БРИТЬЯ И/ИЛИ СМЕННЫМИ КАССЕТАМИ | СТАНКИ ДЛЯ БРИТЬЯ И/ИЛИ СМЕННЫЕ КАССЕТЫ |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Название категории | *Формулировка для L5, L4=4* | *Формулировка для L4* | *Формулировка для L7* |
| **Qcategory=1** | Laundry | СРЕДСТВА ДЛЯ СТИРКИ | СРЕДСТВ ДЛЯ СТИРКИ | СРЕДСТВАМИ ДЛЯ СТИРКИ |
| **Qcategory=2** | Hair Care | ШАМПУНИ/КОНДИЦИОНЕРЫ | ШАМПУНИ/КОНДИЦИОНЕРЫ | ШАМПУНЯМИ / КОНДИЦИОНЕРАМИ |
| **Qcategory=3** | Fem Care | ТОВАРЫ ДЛЯ МЕНСТРУАЦИИ | ТОВАРЫ ДЛЯ МЕНСТРУАЦИИ | ТОВАРАМИ ДЛЯ МЕНСТРУАЦИИ |
| **Qcategory=4** | Diapers | ОДНОРАЗОВЫЕ ПОДГУЗНИКИ / ТРУСИКИ для детей | ОДНОРАЗОВЫХ ПОДГУЗНИКОВ / ТРУСИКОВ для детей | ОДНОРАЗОВЫМИ ПОДГУЗНИКАМИ / ТРУСИКАМИ для детей |
| **Qcategory=5** | B&R | СТАНКИ ДЛЯ БРИТЬЯ И/ИЛИ СМЕННЫЕ КАССЕТЫ | МУЖСКИХ СРЕДСТВ ДЛЯ БРИТЬЯ | СТАНКАМИ ДЛЯ БРИТЬЯ И/ИЛИ СМЕННЫМИ КАССЕТАМИ |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Название категории | *Формулировка для L8a* | *Формулировка для L9* | *Формулировка для L10, L5* |
| **Qcategory=1** | Laundry | СРЕДСТВ ДЛЯ СТИРКИ | СРЕДСТВА ДЛЯ СТИРКИ | СРЕДСТВ ДЛЯ СТИРКИ |
| **Qcategory=2** | Hair Care | ШАМПУНЯ/КОНДИЦИОНЕРА | ШАМПУНИ/КОНДИЦИОНЕРЫ | ШАМПУНЯ / КОНДИЦИОНЕРА |
| **Qcategory=3** | Fem Care | ТОВАРОВ ДЛЯ МЕНСТРУАЦИИ | ТОВАРЫ ДЛЯ МЕНСТРУАЦИИ | ТОВАРОВ ДЛЯ МЕНСТРУАЦИИ |
| **Qcategory=4** | Diapers | ОДНОРАЗОВЫХ ПОДГУЗНИКОВ / ТРУСИКОВ для детей | ОДНОРАЗОВЫЕ ПОДГУЗНИКИ / ТРУСИКИ для детей | ОДНОРАЗОВЫХ ПОДГУЗНИКОВ / ТРУСИКОВ для детей |
| **Qcategory=5** | B&R | СТАНКОВ ДЛЯ БРИТЬЯ И/ИЛИ СМЕННЫХ КАССЕТ | СТАНКИ ДЛЯ БРИТЬЯ И/ИЛИ СМЕННЫЕ КАССЕТЫ | СТАНКОВ ДЛЯ БРИТЬЯ И/ИЛИ СМЕННЫХ КАССЕТ |

ПЕРЕД ПЕРВОЙ ВЫБРАННОЙ КАТЕГОРИЕЙ:

Спасибо за Ваши ответы! Мы хотим задать Вам несколько вопросов про категорию: ВСТАВИТЬ КАТЕГОРИЮ

ПЕРЕД ВТОРОЙ ВЫБРАННОЙ КАТЕГОРИЕЙ:

Спасибо! А теперь мы хотим задать Вам несколько вопросов еще по одной категории: ВСТАВИТЬ КАТЕГОРИЮ

**ДЛЯ БЛОКА ВОПРОСОВ L1-L10 Детский мир (коды** **10,37,38) МОЖЕТ ПОКАЗЫВАТЬСЯ ТОЛЬКО ДЛЯ КАТЕГОРИИ 4 DIAPERS, ЕСЛИ БЫЛ ОТОБРАН В CONSIDERATION SET**

CATEGORY PURCHASE

Base: ask all

L1

Какие из этих ПОДСТАВИТЬ КАТЕГОРИЮ Вы лично покупали за последние 6 месяцев?

**SCRIPTER: СВОЙ СПИСОК ДЛЯ КАЖДОЙ ИЗ КАТЕГОРИЙ, РОТАЦИЯ, МНОЖЕСТВЕННЫЙ ОТВЕТ**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| QCategory=1 (Laundry) | QCategory=2 (Hair Care) | QCategory=3 (Fem Care) | QCategory=4 (Diapers) | QCategory=5 (B&R) |
| 11 Стиральные порошки | 21 Шампунь | 31 Ежедневные прокладки | 41 Подгузники | 51 Одноразовые бритвы |
| 12 Жидкости / гели для стирки | 22 Кондиционер для волос | 32 Гигиенические прокладки | 42 Подгузники-трусики | 52 Бритвы со сменными лезвиями |
| 13 Таблетки / капсулы для стирки | 23 Средство для укрепления волос | 33 Тампоны |  | 53 Гели, пены для бритья |
|  | 24 Средство для укладки волос |  |  | 54 Продукты после бритья |

AWARENESS

Base: ask all

L2

Когда Вы вспоминаете о магазинах, торгующих ПОДСТАВИТЬ КАТЕГОРИЮ, какие магазины приходят Вам на ум?

Напишите ниже.

**SCRIPTER: 10 ПОЛЕЙ ДЛЯ ВВОДА**

WHEN LAST PURCHASED

Base: ask for stores the respondent is aware of in Q2

L3

Укажите для каждого из перечисленных ниже магазинов, когда Вы лично последний раз покупали в нем ПОДСТАВИТЬ КАТЕГОРИЮ.

**SCRIPTER: МАТРИЦА ПОКАЗАТЬ ЛОГО, ЗАДАТЬ ПО КАЖДОМУ МАГАЗИНУ, ОТМЕЧЕННОМУ В ~~Q2~~****~~CONSIDERATION SET~~ Q2 , Детский мир (коды 10,11) показываем только для QCategory=4 Diapers**

1 В течение последних 7 дней

2 Более 7 дней назад, но в течение последних 4 недель

3 Более 4 недель назад, но в течение последних 3 месяцев

4 Более 3 месяцев назад, но в течение последних 6 месяцев

5 Более 6 месяцев назад, но в течение последних 12 месяцев

6 Более 1 года назад

7 Никогда не покупал(-а) ПОДСТАВИТЬ КАТЕГОРИЮ

SHOPPING MISSION GENERAL

Base: ask all

L4 Говоря о категории ПОДСТАВИТЬ КАТЕГОРИЮ, в какой(их) ситуациях Вы покупали ее за последние полгода?

**РОТАЦИЯ, МНОЖЕСТВЕННЫЙ ОТВЕТ**

1.      Когда совершал(а) большую плановую закупку на длительный срок товарами из разных категорий (еда, бытовая химия, средства по уходу за собой и т.д.)

2.      Когда пополнял(а) домашние запасы средств и брендов, которыми я регулярно пользуюсь (небольшая корзина товаров)

3.      Когда искал(а) конкретный продукт/бренд, который продается не везде

4.      Когда мне срочно понадобились ПОДСТАВИТЬ КАТЕГОРИЮ

5.     Пока прогуливался(ась) по магазину без четкого списка покупок. Рассматривал(а) упаковки, выбирал(а) ароматы / заметил(а) товар и вспомнила, что он мне нужен

6. Когда покупал(а) товар с определенными свойствами впервые. Выбирал(а), сравнивал(а), искал(а) информацию

7.      Когда совершала закупку детских товаров из разных категорий (детское питание, подгузники, средство по уходу для ребенка и т.д.) ЗАДАТЬ ТОЛЬКО QCATEGORY=4 (DIAPERS)

98. Другое ПОЛЕ ДЛЯ ВВОДА

SHOPPING MISSION

Base: L3 = 1,2,3,4

L5. Вспомните ситуацию(и), когда Вы покупали [ПОДСТАВИТЬ КАТЕГОРИЮ] в магазине [ПОДСТАВИТЬ НАЗВАНИЕ МАГАЗИНА]. Оцените, как часто Вы совершали в такой(их) ситации(ях) покупку [ПОДСТАВИТЬ КАТЕГОРИЮ] в этом магазине?

**SCRIPTER: МАТРИЦА, РОТАЦИЯ ВЫСКАЗЫВАНИЙ, ЗАДАТЬ ПО ~~ПЯТИ МАГАЗИНАМ~~ ~~ПО НАИМЕНЕЕ ЗАПОЛНЕННОЙ ЯЧЕЙКЕ~~ ПО ВСЕМ МАГАЗИНАМ, ДЛЯ КОТОРЫХ L3=1,2,3,4 ПОКАЗ ЛОГО**

1. Чтобы совершить **большую плановую закупку** на длительный срок товарами из разных категорий (еда, бытовая химия, средства по уходу за собой и т.д.)
2. Чтобы **пополнить** домашние запасы средств и брендов, которыми я регулярно пользуюсь
3. Чтобы купить **конкретный продукт**, который продается не везде
4. Чтобы купить продукт, который мне **срочно** понадобился
5. Чтобы **насладиться процессом шоппинга** без четкого списка покупок – погулять, посмотреть, вдохновиться приятной атмосферой магазина
6. Чтобы найти и выбрать **качественный продукт** с определенными свойствами, которого я не покупал(а) раньше. Мне требовалось больше выбора товаров, больше информации, отзывов, рекомендаций, чтобы подобрать подходящий товар
7. Когда совершала закупку детских товаров из разных категорий (детское питание, подгузники, средство по уходу для ребенка и т.д.) ЗАДАТЬ ТОЛЬКО QCATEGORY=4 (DIAPERS)
8. Другое ПОЛЕ ДЛЯ ВВОДА

5 Всегда в такой ситуации

4 Часто в такой ситуации

3 Иногда в такой ситуации

2 Очень редко / единичный случай

1 Никогда в такой ситуации

OVERALL RATING

Base: ask for stores in CONSIDERATION SET MAXIMUM 10 STORES

L7

Принимая во внимание все свои требования к магазину, торгующему ПОДСТАВИТЬ КАТЕГОРИЮ, оцените следующие магазины по 10-балльной шкале, где 10 означает, что магазин идеален во всех отношениях, а 1 означает, что он ужасен. Выберите цифру, наиболее точно отражающую Ваше мнение о каждом магазине.

**SCRIPTER: ПОКАЗ ЛОГО ЗАДАТЬ ПО КАЖДОМУ МАГАЗИНУ ИЗ CONSIDERATION SET**

Детский мир (коды 10,11) показываем только для QCategory=4 Diapers

10 – Он идеален во всех отношениях

9

8

7

6

5

4

3

2

1 – Он ужасен

NET PROMOTER SCORE

Base: ask for stores in CONSIDERATION SET MAXIMUM 10 STORES

L8a

По шкале от 0 до 10, где «10» означает «Крайне вероятно», а «0» — «Крайне маловероятно», оцените вероятность того, что Вы порекомендовали бы каждый из следующих МАГАЗИНОВ другу или подруге для покупки ПОДСТАВИТЬ КАТЕГОРИЮ.

**SCRIPTER: ПОКАЗ ЛОГО, ЗАДАТЬ ПО КАЖДОМУ МАГАЗИНУ ИЗ CONSIDERATION SET**

Детский мир (коды 10,11) показываем только для QCategory=4 Diapers

10 — Крайне вероятно

9

8

7

6

5

4

3

2

1

0 — Крайне маловероятно

IMPORTANT ATTRIBUTES

Base: ask all

L9

Многие факторы влияют на то, как Вы оцениваете каждый магазин, в котором покупаете ПОДСТАВИТЬ КАТЕГОРИЮ

. Изучите приведенный ниже список и укажите, какие из них важны для Вас при покупке категории

ПОДСТАВИТЬ КАТЕГОРИЮ.

**SCRIPTER: МАТРИЦА, РОТАЦИЯ АТРИБУТОВ ~~СОХРАНИТЬ ПОРЯДОК ИЗ ВОПРОСА Q15~~, СВОЙ СПИСОК ДЛЯ КАЖДОЙ КАТЕГОРИИ, В СТРОКАХ АТРИБУТ, В СТОЛБЦАХ Важно Неважно**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Qcategory=1** | Laundry | 1. Стоит пройти/проехать мимо других магазинов, чтобы попасть в отдел средств для стирки именно этого магазина 2. Помогает мне почувствовать уверенность, что я покупаю средства для стирки в правильном магазине 3. Совершая покупку в отделе средств для стирки этого магазина, я ощущаю себя разумным покупателем 4. Я доверяю магазину, в нем продаются только оригинальные средства для стирки (без подделок) 5. Процесс совершения покупки средств для стирки в этом магазине доставляет мне удовольствие 6. Планировка отдела средств для стирки облегчает совершение покупок 7. Указатели отдела средств для стирки помогают найти нужный продукт 8. Средства для стирки легко найти на полках 9. Помимо цены, магазин предоставляет информацию о товаре, которая помогает мне выбрать подходящую продукцию 10. Консультанты/продавцы могут помочь мне подобрать правильный продукт в категории средств для стирки 11. Помимо обычных полок со средствами для стирки в магазине можно увидеть красивые стойки с этой продукцией, которые помогают мне выбрать нужный товар 12. Предлагает ассортимент средств для стирки, который отвечает моим потребностям 13. В этом отделе представлены те бренды средств для стирки, которые мне необходимы 14. Имеет хороший ассортимент товаров больших известных брендов (не собственных торговых марок магазина) 15. Предлагает высококачественные товары под собственной торговой маркой магазина в отделе средств для стирки 16. Имеет в наличии самые последние, новейшие средства для стирки 17. Предлагает уникальные / редкие товары и бренды в категории средств для стирки, которые не найти в других магазинах 18. Постоянно имеет в наличии на полках необходимые мне средства для стирки 19. В магазине представлены необходимые мне товары из различных ценовых категорий 20. Проводит хорошие распродажи/ промоакции, которые помогают сделать выгодную покупку 21. Постоянно предлагает низкие цены, даже если не проводится промо-акция 22. Предлагает отличное соотношение цена/качество (стоит своих денег) для средств для стирки 23. Предлагает товары больших известных брендов средств для стирки (не собственные марки магазина) с отличным соотношением цены и качества 24. Магазин предлагает средства для стирки под собственной торговой маркой с отличным соотношением цены и качества   123. Стимулирует меня изучать и пробовать новые продукты |  |
| **Qcategory=2** | Hair Care | 1. Стоит пройти/проехать мимо других магазинов, чтобы попасть в отдел средств для ухода за волосами именно этого магазина 2. Помогает мне почувствовать уверенность, что я покупаю средства для ухода за волосами в правильном магазине 3. Совершая покупку в отделе средств для ухода за волосами этого магазина, я ощущаю себя разумным покупателем 4. Я доверяю магазину, в нем продаются только оригинальные средства для ухода за волосами (без подделок) 5. Процесс совершения покупки средств для ухода за волосами в этом магазине доставляет мне удовольствие 6. Планировка отдела средств для ухода за волосами облегчает совершение покупок 7. Указатели отдела средств для ухода за волосами помогают найти нужный продукт 8. Средства по ухода за волосами ~~для стирки~~ легко найти на полках 9. Помимо цены, магазин предоставляет информацию о товаре, которая помогает мне выбрать подходящую продукцию 10. Консультанты/продавцы могут помочь мне подобрать правильный продукт в категории средств для ухода за волосами 11. Помимо обычных полок со средствами для ухода за волосами в магазине можно увидеть красивые стойки с этой продукцией, которые помогают мне выбрать нужный товар 12. Предлагает ассортимент средств для для ухода за волосами, который отвечает моим потребностям 13. В этом отделе представлены те бренды средств для ухода за волосами, которые мне необходимы 14. Имеет хороший ассортимент товаров больших известных брендов (не собственных торговых марок магазина) 15. Предлагает высококачественные товары под собственной торговой маркой магазина в отделе средств для ухода за волосами 16. Имеет в наличии самые последние, новейшие средства по уходу за волосами 17. Предлагает уникальные / редкие товары и бренды в категории средств для ухода за волосами, которые не найти в других магазинах 18. Постоянно имеет в наличии на полках необходимые мне средства для ухода за волосами 19. В магазине представлены необходимые мне товары из различных ценовых категорий 20. Проводит хорошие распродажи/ промоакции, которые помогают сделать выгодную покупку 21. Постоянно предлагает низкие цены, даже если не проводится промо-акция 22. Предлагает отличное соотношение цена/качество (стоит своих денег) для средств для ухода за волосами 23. Предлагает товары больших известных брендов средств для ухода за волосами (не собственные марки магазина) с отличным соотношением цены и качества 24. Магазин предлагает средства для ухода за волосами под собственной торговой маркой с отличным соотношением цены и качества   124. Стимулирует меня изучать и пробовать новые продукты |  |
| **Qcategory=3** | Fem Care | 1. Стоит пройти/проехать мимо других магазинов, чтобы попасть в отдел средств женской гигиены именно этого магазина 2. Помогает мне почувствовать уверенность, что я покупаю средства женской гигиены в правильном магазине 3. Совершая покупку в отделе средств женской гигиены этого магазина, я ощущаю себя разумным покупателем 4. Я доверяю магазину, в нем продаются только оригинальные средства женской гигиены (без подделок) 5. Процесс совершения покупки средств женской гигиены в этом магазине доставляет мне удовольствие 6. Планировка отдела средств женской гигиены облегчает совершение покупок 7. Указатели отдела средств женской гигиены помогают найти нужный продукт 8. Средства женской гигиены легко найти на полках 9. Помимо цены, магазин предоставляет информацию о товаре, которая помогает мне выбрать подходящую продукцию 10. Консультанты/продавцы могут помочь мне подобрать правильный продукт в категории женской гигиены 11. Помимо обычных полок со средствами женской гигиены в магазине можно увидеть красивые стойки с этой продукцией, которые помогают мне выбрать нужный товар 12. Предлагает ассортимент средств женской гигиены, который отвечает моим потребностям 13. В этом отделе представлены те бренды средств женской гигиены, которые мне необходимы 14. Имеет хороший ассортимент товаров больших известных брендов (не собственных торговых марок магазина) 15. Предлагает высококачественные товары под собственной торговой маркой магазина в отделе средств женской гигиены 16. Имеет в наличии самые последние, новейшие средства женской гигиены 17. Предлагает уникальные / редкие товары и бренды в категории средств женской гигиены, которые не найти в других магазинах 18. Постоянно имеет в наличии на полках необходимые мне средства женской гигиены 19. В магазине представлены необходимые мне товары из различных ценовых категорий 20. Проводит хорошие распродажи/ промоакции, которые помогают сделать выгодную покупку 21. Постоянно предлагает низкие цены, даже если не проводится промо-акция 22. Предлагает отличное соотношение цена/качество (стоит своих денег) для средств женской гигиены 23. Предлагает товары больших известных брендов средств женской гигиены (не собственные марки магазина) с отличным соотношением цены и качества 24. Магазин предлагает средства женской гигиены под собственной торговой маркой с отличным соотношением цены и качества   125. Стимулирует меня изучать и пробовать новые продукты |  |
| **Qcategory=4** | Diapers | 1. Стоит пройти/проехать мимо других магазинов, чтобы попасть в отдел подгузников именно этого магазина 2. Помогает мне почувствовать уверенность, что я покупаю подгузники в правильном магазине 3. Совершая покупку в отделе подгузников этого магазина, я ощущаю себя разумным покупателем 4. Я доверяю магазину, в нем продаются только оригинальные подгузники (без подделок) 5. Процесс совершения покупки подгузников в этом магазине доставляет мне удовольствие 6. Планировка отдела подгузников облегчает совершение покупок 7. Указатели отдела подгузников помогают найти нужный продукт 8. Подгузники легко найти на полках 9. Помимо цены, магазин предоставляет информацию о товаре, которая помогает мне выбрать подходящую продукцию 10. Консультанты/продавцы могут помочь мне подобрать правильный продукт в категории подгузников 11. Помимо обычных полок с подгузниками в магазине можно увидеть красивые стойки с этой продукцией, которые помогают мне выбрать нужный товар 12. Предлагает ассортимент подгузников, который отвечает моим потребностям 13. В этом отделе представлены те бренды подгузников, которые мне необходимы 14. Имеет хороший ассортимент товаров больших известных брендов (не собственных торговых марок магазина) 15. Предлагает высококачественные товары под собственной торговой маркой магазина в отделе подгузников 16. Имеет в наличии самые последние, новейшие подгузники 17. Предлагает уникальные / редкие товары и бренды в категории подгузников, которые не найти в других магазинах 18. Постоянно имеет в наличии на полках необходимые мне подгузники 19. В магазине представлены необходимые мне товары из различных ценовых категорий 20. Проводит хорошие распродажи/ промоакции, которые помогают сделать выгодную покупку 21. Постоянно предлагает низкие цены, даже если не проводится промо-акция 22. Предлагает отличное соотношение цена/качество (стоит своих денег) для подгузников 23. Предлагает товары больших известных брендов подгузников (не собственные марки магазина) с отличным соотношением цены и качества 24. Магазин предлагает подгузники под собственной торговой маркой с отличным соотношением цены и качества   126. Стимулирует меня изучать и пробовать новые продукты |  |
| **Qcategory=5** | B&R | 1. Стоит пройти/проехать мимо других магазинов, чтобы попасть в отдел мужских средств для бритья именно этого магазина 2. Помогает мне почувствовать уверенность, что я покупаю мужские средства для бритья в правильном магазине 3. Совершая покупку в отделе мужских средств для бритья этого магазина, я ощущаю себя разумным покупателем 4. Я доверяю магазину, в нем продаются только оригинальные мужские средства для бритья (без подделок) 5. Магазин предоставляет информацию, помогая мне найти оригинальный товар и избежать подделок в мужских средствах для бритья 6. Процесс совершения покупки мужских средств в этом магазине доставляет мне удовольствие 7. Планировка отдела мужских средств для бритья облегчает совершение покупок 8. Указатели отдела мужских средств для бритья помогают найти нужный продукт на полке 9. Мужские средства для бритья легко найти на полках 10. Помимо цены, магазин предоставляет информацию о товаре, которая помогает мне выбрать подходящую продукцию 11. Консультанты/продавцы могут помочь мне подобрать правильный продукт в категории мужских средств для бритья 12. Помимо обычных полок с мужскими средствами для бритья в магазине можно увидеть красивые стойки с этой продукцией, которые помогают мне выбрать нужный товар 13. Мужские средства для бритья удобно брать и покупать в прикассовой зоне этого магазина 14. Предлагает ассортимент мужских средств для бритья, который отвечает моим потребностям 15. В этом отделе представлены те бренды мужских средств для бритья, которые мне необходимы 16. Имеет хороший ассортимент товаров больших известных брендов (не собственных торговых марок магазина) 17. Предлагает высококачественные товары под собственной торговой маркой магазина в отделе мужских средств для бритья 18. Имеет в наличии самые последние, новейшие мужские средства для бритья 19. Предлагает уникальные / редкие товары и бренды в категории мужских средств для бритья, которые не найти в других магазинах 20. Постоянно имеет в наличии на полках необходимые мне мужские средства для бритья (нет пустых полок) 21. В магазине представлены необходимые мне товары из различных ценовых категорий 22. Проводит хорошие распродажи/ промоакции, которые помогают сделать выгодную покупку 23. Постоянно предлагает низкие цены, даже если не проводится промо-акция 24. Предлагает отличное соотношение цена/качество (стоит своих денег) для мужских средств для бритья 25. Предлагает товары больших известных брендов мужских средств для бритья (не собственные марки магазина) с отличным соотношением цены и качества 26. Магазин предлагает мужские средства для бритья под собственной торговой маркой с отличным соотношением цены и качества 27. Стимулирует меня изучать и пробовать новые продукты |  |

ATTRIBUTE RATING

Base: ask for maximum 10 stores in CONSIDERATION SET, according to the algorithm provided

|  |
| --- |
| L10  Ниже приведено высказывание, с помощью которого можно описать магазин или мнение о нем покупателя ПОДСТАВИТЬ КАТЕГОРИЮ.  Укажите, какие из перечисленных ниже магазинов обладают следующей характеристикой.  Ею может обладать один магазин, несколько магазинов или ни один из магазинов.  показываем магазины выбранные в QConsiderationSet + Ни один  **Ротация как в L9**  **SCRIPTER: ~~ПОКАЗАТЬ ВНИЗУ ЛОГО МАГАЗИНОВ~~ ПОКАЗЫВАЕМ ВЫСКАЗЫВАНИЕ И ПОД НИМ СПИСОК МАГАЗИНОВ С ЛОГО ИЗ CONSIDERATION SET** + 99. Ни один ~~из перечисленных~~ |

**Детский мир (коды 10,11) показываем только для QCategory=4 Diapers**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Qcategory=1** | Laundry | 1. Стоит пройти/проехать мимо других магазинов, чтобы попасть в отдел средств для стирки именно этого магазина 2. Помогает мне почувствовать уверенность, что я покупаю средства для стирки в правильном магазине 3. Совершая покупку в отделе средств для стирки этого магазина, я ощущаю себя разумным покупателем 4. Я доверяю магазину, в нем продаются только оригинальные средства для стирки (без подделок) 5. Процесс совершения покупки средств для стирки в этом магазине доставляет мне удовольствие 6. Планировка отдела средств для стирки облегчает совершение покупок 7. Указатели отдела средств для стирки помогают найти нужный продукт 8. Средства для стирки легко найти на полках 9. Помимо цены, магазин предоставляет информацию о товаре, которая помогает мне выбрать подходящую продукцию 10. Консультанты/продавцы могут помочь мне подобрать правильный продукт в категории средств для стирки 11. Помимо обычных полок со средствами для стирки в магазине можно увидеть красивые стойки с этой продукцией, которые помогают мне выбрать нужный товар 12. Предлагает ассортимент средств для стирки, который отвечает моим потребностям 13. В этом отделе представлены те бренды средств для стирки, которые мне необходимы 14. Имеет хороший ассортимент товаров больших известных брендов (не собственных торговых марок магазина) 15. Предлагает высококачественные товары под собственной торговой маркой магазина в отделе средств для стирки 16. Имеет в наличии самые последние, новейшие средства для стирки 17. Предлагает уникальные / редкие товары и бренды в категории средств для стирки, которые не найти в других магазинах 18. Постоянно имеет в наличии на полках необходимые мне средства для стирки 19. В магазине представлены необходимые мне товары из различных ценовых категорий 20. Проводит хорошие распродажи/ промоакции, которые помогают сделать выгодную покупку 21. Постоянно предлагает низкие цены, даже если не проводится промо-акция 22. Предлагает отличное соотношение цена/качество (стоит своих денег) для средств для стирки 23. Предлагает товары больших известных брендов средств для стирки (не собственные марки магазина) с отличным соотношением цены и качества 24. Магазин предлагает средства для стирки под собственной торговой маркой с отличным соотношением цены и качества   123.Стимулирует меня изучать и пробовать новые продукты | Код 1, 8, 11 можно выбрать только для офлайн-магазинов |
| **Qcategory=2** | Hair Care | 1. Стоит пройти/проехать мимо других магазинов, чтобы попасть в отдел средств для ухода за волосами именно этого магазина 2. Помогает мне почувствовать уверенность, что я покупаю средства для ухода за волосами в правильном магазине 3. Совершая покупку в отделе средств для ухода за волосами этого магазина, я ощущаю себя разумным покупателем 4. Я доверяю магазину, в нем продаются только оригинальные средства для ухода за волосами (без подделок) 5. Процесс совершения покупки средств для ухода за волосами в этом магазине доставляет мне удовольствие 6. Планировка отдела средств для ухода за волосами облегчает совершение покупок 7. Указатели отдела средств для ухода за волосами помогают найти нужный продукт 8. Средства по ухода за волосами ~~для стирки~~ легко найти на полках 9. Помимо цены, магазин предоставляет информацию о товаре, которая помогает мне выбрать подходящую продукцию 10. Консультанты/продавцы могут помочь мне подобрать правильный продукт в категории средств для ухода за волосами 11. Помимо обычных полок со средствами для ухода за волосами в магазине можно увидеть красивые стойки с этой продукцией, которые помогают мне выбрать нужный товар 12. Предлагает ассортимент средств для для ухода за волосами, который отвечает моим потребностям 13. В этом отделе представлены те бренды средств для ухода за волосами, которые мне необходимы 14. Имеет хороший ассортимент товаров больших известных брендов (не собственных торговых марок магазина) 15. Предлагает высококачественные товары под собственной торговой маркой магазина в отделе средств для ухода за волосами 16. Имеет в наличии самые последние, новейшие средства по уходу за волосами 17. Предлагает уникальные / редкие товары и бренды в категории средств для ухода за волосами, которые не найти в других магазинах 18. Постоянно имеет в наличии на полках необходимые мне средства для ухода за волосами 19. В магазине представлены необходимые мне товары из различных ценовых категорий 20. Проводит хорошие распродажи/ промоакции, которые помогают сделать выгодную покупку 21. Постоянно предлагает низкие цены, даже если не проводится промо-акция 22. Предлагает отличное соотношение цена/качество (стоит своих денег) для средств для ухода за волосами 23. Предлагает товары больших известных брендов средств для ухода за волосами (не собственные марки магазина) с отличным соотношением цены и качества 24. Магазин предлагает средства для ухода за волосами под собственной торговой маркой с отличным соотношением цены и качества   124.Стимулирует меня изучать и пробовать новые продукты | Код 25, 32, 35 можно выбрать только для офлайн-магазинов |
| **Qcategory=3** | Fem Care | 1. Стоит пройти/проехать мимо других магазинов, чтобы попасть в отдел средств женской гигиены именно этого магазина 2. Помогает мне почувствовать уверенность, что я покупаю средства женской гигиены в правильном магазине 3. Совершая покупку в отделе средств женской гигиены этого магазина, я ощущаю себя разумным покупателем 4. Я доверяю магазину, в нем продаются только оригинальные средства женской гигиены (без подделок) 5. Процесс совершения покупки средств женской гигиены в этом магазине доставляет мне удовольствие 6. Планировка отдела средств женской гигиены облегчает совершение покупок 7. Указатели отдела средств женской гигиены помогают найти нужный продукт 8. Средства женской гигиены легко найти на полках 9. Помимо цены, магазин предоставляет информацию о товаре, которая помогает мне выбрать подходящую продукцию 10. Консультанты/продавцы могут помочь мне подобрать правильный продукт в категории женской гигиены 11. Помимо обычных полок со средствами женской гигиены в магазине можно увидеть красивые стойки с этой продукцией, которые помогают мне выбрать нужный товар 12. Предлагает ассортимент средств женской гигиены, который отвечает моим потребностям 13. В этом отделе представлены те бренды средств женской гигиены, которые мне необходимы 14. Имеет хороший ассортимент товаров больших известных брендов (не собственных торговых марок магазина) 15. Предлагает высококачественные товары под собственной торговой маркой магазина в отделе средств женской гигиены 16. Имеет в наличии самые последние, новейшие средства женской гигиены 17. Предлагает уникальные / редкие товары и бренды в категории средств женской гигиены, которые не найти в других магазинах 18. Постоянно имеет в наличии на полках необходимые мне средства женской гигиены 19. В магазине представлены необходимые мне товары из различных ценовых категорий 20. Проводит хорошие распродажи/ промоакции, которые помогают сделать выгодную покупку 21. Постоянно предлагает низкие цены, даже если не проводится промо-акция 22. Предлагает отличное соотношение цена/качество (стоит своих денег) для средств женской гигиены 23. Предлагает товары больших известных брендов средств женской гигиены (не собственные марки магазина) с отличным соотношением цены и качества 24. Магазин предлагает средства женской гигиены под собственной торговой маркой с отличным соотношением цены и качества   125.Стимулирует меня изучать и пробовать новые продукты | Код 49, 56, 59 можно выбрать только для офлайн-магазинов |
| **Qcategory=4** | Diapers | 1. Стоит пройти/проехать мимо других магазинов, чтобы попасть в отдел подгузников именно этого магазина 2. Помогает мне почувствовать уверенность, что я покупаю подгузники в правильном магазине 3. Совершая покупку в отделе подгузников этого магазина, я ощущаю себя разумным покупателем 4. Я доверяю магазину, в нем продаются только оригинальные подгузники (без подделок) 5. Процесс совершения покупки подгузников в этом магазине доставляет мне удовольствие 6. Планировка отдела подгузников облегчает совершение покупок 7. Указатели отдела подгузников помогают найти нужный продукт 8. Подгузники легко найти на полках 9. Помимо цены, магазин предоставляет информацию о товаре, которая помогает мне выбрать подходящую продукцию 10. Консультанты/продавцы могут помочь мне подобрать правильный продукт в категории подгузников 11. Помимо обычных полок с подгузниками в магазине можно увидеть красивые стойки с этой продукцией, которые помогают мне выбрать нужный товар 12. Предлагает ассортимент подгузников, который отвечает моим потребностям 13. В этом отделе представлены те бренды подгузников, которые мне необходимы 14. Имеет хороший ассортимент товаров больших известных брендов (не собственных торговых марок магазина) 15. Предлагает высококачественные товары под собственной торговой маркой магазина в отделе подгузников 16. Имеет в наличии самые последние, новейшие подгузники 17. Предлагает уникальные / редкие товары и бренды в категории подгузников, которые не найти в других магазинах 18. Постоянно имеет в наличии на полках необходимые мне подгузники 19. В магазине представлены необходимые мне товары из различных ценовых категорий 20. Проводит хорошие распродажи/ промоакции, которые помогают сделать выгодную покупку 21. Постоянно предлагает низкие цены, даже если не проводится промо-акция 22. Предлагает отличное соотношение цена/качество (стоит своих денег) для подгузников 23. Предлагает товары больших известных брендов подгузников (не собственные марки магазина) с отличным соотношением цены и качества 24. Магазин предлагает подгузники под собственной торговой маркой с отличным соотношением цены и качества   126.Стимулирует меня изучать и пробовать новые продукты | Код 73, 80, 83 можно выбрать только для офлайн-магазинов |
| **Qcategory=5** | B&R | 1. Стоит пройти/проехать мимо других магазинов, чтобы попасть в отдел мужских средств для бритья именно этого магазина 2. Помогает мне почувствовать уверенность, что я покупаю мужские средства для бритья в правильном магазине 3. Совершая покупку в отделе мужских средств для бритья этого магазина, я ощущаю себя разумным покупателем 4. Я доверяю магазину, в нем продаются только оригинальные мужские средства для бритья (без подделок) 5. Магазин предоставляет информацию, помогая мне найти оригинальный товар и избежать подделок в мужских средствах для бритья 6. Процесс совершения покупки мужских средств в этом магазине доставляет мне удовольствие 7. Планировка отдела мужских средств для бритья облегчает совершение покупок 8. Указатели отдела мужских средств для бритья помогают найти нужный продукт на полке 9. Мужские средства для бритья легко найти на полках 10. Помимо цены, магазин предоставляет информацию о товаре, которая помогает мне выбрать подходящую продукцию 11. Консультанты/продавцы могут помочь мне подобрать правильный продукт в категории мужских средств для бритья 12. Помимо обычных полок с мужскими средствами для бритья в магазине можно увидеть красивые стойки с этой продукцией, которые помогают мне выбрать нужный товар 13. Мужские средства для бритья удобно брать и покупать в прикассовой зоне этого магазина 14. Предлагает ассортимент мужских средств для бритья, который отвечает моим потребностям 15. В этом отделе представлены те бренды мужских средств для бритья, которые мне необходимы 16. Имеет хороший ассортимент товаров больших известных брендов (не собственных торговых марок магазина) 17. Предлагает высококачественные товары под собственной торговой маркой магазина в отделе мужских средств для бритья 18. Имеет в наличии самые последние, новейшие мужские средства для бритья 19. Предлагает уникальные / редкие товары и бренды в категории мужских средств для бритья, которые не найти в других магазинах 20. Постоянно имеет в наличии на полках необходимые мне мужские средства для бритья (нет пустых полок) 21. В магазине представлены необходимые мне товары из различных ценовых категорий 22. Проводит хорошие распродажи/ промоакции, которые помогают сделать выгодную покупку 23. Постоянно предлагает низкие цены, даже если не проводится промо-акция 24. Предлагает отличное соотношение цена/качество (стоит своих денег) для мужских средств для бритья 25. Предлагает товары больших известных брендов мужских средств для бритья (не собственные марки магазина) с отличным соотношением цены и качества 26. Магазин предлагает мужские средства для бритья под собственной торговой маркой с отличным соотношением цены и качества   127.Стимулирует меня изучать и пробовать новые продукты | Код 97, 105, 108 можно выбрать только для офлайн-магазинов |

ADDITIONAL QUESTIONS

Base: all respondents

ADDITIONAL QUESTIONNAIRE – all categories

QInfo3. Спасибо за Ваши ответы! Позвольте задать Вам еще несколько вопросов про Ваши покупательские привычки и отношение к процессу выбора товара.

PRICE & QUALITY ATTITUDE

Base: ask all

А1 Насколько Вы согласны или не согласны с каждым из следующих высказываний о покупке товаров для дома и семьи?

**SCRIPTER: ГРИД, РОТАЦИЯ ВЫСКАЗЫВАНИЙ**

1. Для меня цена важнее бренда
2. Для меня главное — качество, а не цена
3. Прежде, чем совершить покупку, мне нравится сравнить цены на продукт с другими товарами на полке и выбрать наиболее оптимальное предложение
4. Я готов(-а) переплатить за бренд, если он соответствует моим требованиям к качеству или имеет какие-то уникальные свойства
5. Я могу отказаться от привычного бренда в пользу другого при наличии на него скидки / акции
6. Я заранее планирую список товаров, которые собираюсь купить, и следую списку
7. Зачастую я совершаю покупки спонтанно, если увижу новинку или подходящий мне товар по скидке
8. Я часто добавляю к себе в корзину товары, которые не планировал(а) брать заранее, но увидел(а) их в зоне около кассы
9. Я люблю пробовать новые товары (новые бренды, новые форматы, отдушки)
10. Перед покупкой я всегда внимательно читаю, что написано на упаковке товара
11. Если нужного мне товара нет на полке, я выберу товар другого бренда из этой категории
12. Если нужного мне товара нет на полке, я отложу покупку

5 Полностью согласен(-на)

4 Согласен(-на)

3 Не могу ответить определенно

2 Не согласен(-на)

1 Совершенно не согласен(-на)

DRIVERS OF ONLINE

Base: all

**ЗАДАТЬ, ЕСЛИ В Q3 ВЫБРАН ОДИН ИЗ КОДОВ ~~11~~,29-33, 37,38 , РОТАЦИЯ, КРОМЕ 98 МНОЖЕСТВЕННЫЙ ВЫБОР**

А2 Укажите, пожалуйста, почему Вы совершаете покупки товаров для дома и семьи в ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ?

1. В интернет-магазине быстрее совершить покупку нужных мне товаров
2. Рядом со мной нет подходящего розничного магазина с нужным мне ассортиментом
3. Цена ниже, чем в обычном магазине
4. Часто есть выгодные ценовые предложения / акции
5. Удобнее заказывать товары впрок (большие упаковки, несколько упаковок)
6. В интернет-магазине больше ассортимент и разнообразие товаров
7. Удобнее выбирать товар: сравнивать между собой разные продукты и их цены
8. Не совершаю покупки в интернет-магазинах **Эксклюзив**
9. Другое **ПОЛЕ ДЛЯ ВВОДА**

BARRIERS OF ONLINE

Base: all

**ЗАДАТЬ ЕСЛИ** **В Q2 ВЫБРАН 11, 29-33, И В Q3 НЕ ВЫБРАН НИ ОДИН ИЗ КОДОВ ~~11~~, 29-33, 37, 38 РОТАЦИЯ, КРОМЕ 98 МНОЖЕСТВЕННЫЙ ВЫБОР**

А3

Укажите, пожалуйста, причину, по которой Вы отказались от совершения / редко совершаете покупки товаров для дома и семьи в ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ?

1. Поблизости нет пунктов выдачи / в мой город не доставляют
2. Долго ждать доставку, быстрее сходить в магазин
3. Нет возможности потрогать, рассмотреть товары вживую
4. В интернет-магазине не нахожу нужного мне товара
5. В интернет-магазине цена выше, чем в обычном магазине
6. Слишком большая минимальная сумма заказа / дорогая доставка
7. Сложный сайт / приложение, не могу разобраться
8. Мне мало доступной информации о продукте в интернет-магазине (не вижу состав, вес или еще какую-то важную информацию)
9. Боюсь подделок или получить не то, что заказывал(а)
10. Остерегаюсь оставлять свои данные на сайте и оплачивать что-либо онлайн
11. Волнуюсь из-за транспортировки и комплектации моего заказа (упаковка может быть повреждена при перевозке, в один пакет могут положить продовольственные товары и бытовую химию, могут привезти не весь заказ и т.п.)
12. Другое **ПОЛЕ ДЛЯ ВВОДА**

A4 Знаете ли Вы что такое кэшбэк? Если знаете, то мотивирует ли это Вас к покупке товара, участвующего в программе?

ОДИН ОТВЕТ

1 Знаю, мотивирует любой кэшбэк, даже небольшой

2 Знаю, мотивирует кэшбэк от 20-30%

3 Знаю, мотивирует только кэшбэк от 50%

5 Знаю, не мотивирует

98 Другое

99 Не знаю

А5 Какие акции и призы мотивировали бы Вас регистрироваться на сайтах / в приложениях?

МНОЖЕСТВЕННЫЙ ОТВЕТ, РОТАЦИЯ, КРОМЕ 98

1 Розыгрыш дорогих призов

2 Небольшой и средний % кэшбека (до 30%)

3 Высокий % кэшбэка (более 50%)

4 Гарантированные небольшие призы

5 Скидки на покупку (промокод, штрихкод)

6 Программа лояльности (накопление баллов, повышенный процент скидки)

7 Возможность бесплатно получить товар в качестве пробника

98 Другое ...

А6 Какими социальными сетями и мессенджерами Вы пользуетесь?

МНОЖЕСТВЕННЫЙ ОТВЕТ, РОТАЦИЯ, КРОМЕ 98,99

1 WhatsApp1

2 Telegram

3 Viber

4 Instagram1

5 ВКонтакте

6 YouTube

98 Другое ПОЛЕ ДЛЯ ВВОДА

99 Не пользуюсь ЭКСКЛЮЗИВ

1 – принадлежит признанной экстремистской и запрещенной в России Meta

A7 Сталкивались ли Вы когда-нибудь с тем, что купленный Вами товар оказался подделкой? Как Вы определили, что этот товар – подделка / контрафакт?

МНОЖЕСТВЕННЫЙ ОТВЕТ, РОТАЦИЯ, КРОМЕ 99-ПОКАЗЫВАЕМ ПЕРВЫМ

99 Не сталкивался(-лась) ЭКСКЛЮЗИВ

1 Сталкивался(-лась), товар отличался от оригинального продуlкта упаковкой (логотип бренда, цвета упаковки, материал упаковки)

2 Сталкивался(-лась), товар отличался по качеству и хуже выполнял свои функции

3 Сталкивался(-лась), проверил(а) товар по штрихкоду и по нему не нашлось нужной информации

4 Сталкивался(-лась), у товара была существенно более низкая, чем обычно, цена

END OF THE QUESTIONNAIRE

Спасибо за участие в нашем опросе!