

# iSTAR

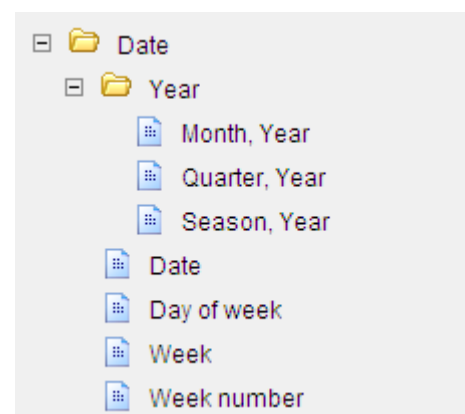
---

## u s e r   g u i d e

## СТРУКТУРА БАЗЫ ДАННЫХ / ДЕРЕВА АТТРИБУТОВ


### Директория "Date"

Название атрибута	Значение	Примеры принимаемых значений
Year	Год	2012
Month, Year	Месяц года	Март 2012
Quarter, Year	Квартал года	1-й квартал 2012
Season, Year	Сезон года	Весна 2012
Date	Все календарные даты	
Day of week	День недели	Понедельник
Week	Календарная неделя	#11 (Mar 05 2012 - Mar 11 2012)
Week number	Номер недели	числа от 1 до 52



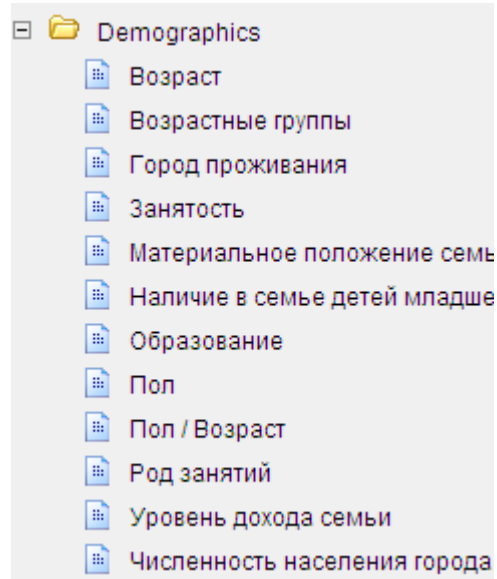
### Директория "Time"

Позволяет формировать отрезки дня произвольной длительности, используя начало и конец интервала, выраженные в часах и минутах.

Для определения временного интервала нужно задать его границы (сутки в этой базе данных от 0 до 24 часов) и обязательно нажать кнопку . Интервалов может быть несколько. Отсутствие минут приравнивается к значению «0».

**Директория “Demographics”**

Название переменной	Варианты ответов
Возраст	числовая переменная, изменяется от 12 до 54
Возрастные группы	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 12-17</li> <li>• 18-24</li> <li>• 25-34</li> <li>• 35-44</li> <li>• 45-54</li> </ul>
Город проживания	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Алматы</li> <li>• Другие города</li> </ul>
Занятость	<ul style="list-style-type: none"> <li>• работает</li> <li>• не работает</li> </ul>
Материальное положение семьи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• не хватает денег на еду</li> <li>• хватает на еду, но не можем покупать одежду</li> <li>• хватает на еду и одежду, но не можем покупать дорогие вещи</li> <li>• можем покупать дорогие вещи, но не все, что захотим</li> <li>• полный достаток, не ограничены в средствах</li> <li>• нет ответа, з.о.</li> </ul>
Наличие в семье детей младше 16 лет	<ul style="list-style-type: none"> <li>• есть дети в семье</li> <li>• нет детей в семье</li> <li>• нет ответа, з.о.</li> </ul>
Образование	<ul style="list-style-type: none"> <li>• начальное / среднее</li> <li>• высшее</li> <li>• нет ответа</li> </ul>
Пол	<ul style="list-style-type: none"> <li>• мужчины</li> <li>• женщины</li> </ul>
Пол / Возраст	<ul style="list-style-type: none"> <li>• мужчины 12-17</li> <li>• мужчины 18-24</li> <li>• мужчины 25-34</li> <li>• мужчины 35-44</li> <li>• мужчины 45-54</li> <li>• женщины 12-17</li> <li>• женщины 18-24</li> <li>• женщины 25-34</li> <li>• женщины 35-44</li> <li>• женщины 45-54</li> </ul>
Род занятий	<ul style="list-style-type: none"> <li>• руководители</li> <li>• специалисты</li> <li>• служащие</li> <li>• рабочие</li> <li>• учащиеся</li> <li>• пенсионеры</li> <li>• безработные</li> <li>• домохозяйки</li> <li>• другое, нет ответа</li> </ul>
Уровень дохода семьи**	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ниже среднего</li> <li>• средний</li> <li>• выше среднего</li> <li>• нет ответа</li> </ul>
Национальность	<ul style="list-style-type: none"> <li>• казах / казашка</li> <li>• русский / русская</li> <li>• кореец / кореянка</li> <li>• узбек / узбечка</li> <li>• немец / немка</li> <li>• татарин / татарка</li> <li>• украинец / украинка</li> <li>• другие</li> </ul>

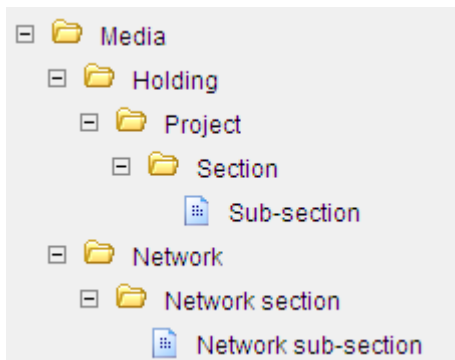


\*\* Переменная «Уровень дохода семьи» является группировкой переменной «Материальное положение семьи»:

- «ниже среднего» = «не хватает денег на еду» + «хватает на еду, но не можем покупать одежду»
- «средний» = «хватает на еду и одежду, но не можем покупать дорогие вещи»
- «выше среднего» = «можем покупать дорогие вещи, но не все, что захотим» + «полный достаток, не ограничены в средствах»

### Директория “Media”

Содержит иерархически организованную цепочку атрибутов.



Примеры:

Holding	Project	Section	Sub-section
Mail	Mail.ru // Мой мир	Mail.ru // Видео	Mail.ru // Загрузка ролика
	Mail.ru // Погода	Mail.ru // Погода	Mail.ru // Погода
	Mail.ru // Знакомства	Mail.ru // Знакомства	Mail.ru // Знакомства
	Mail.ru // Поиск	Mail.ru // Поиск	Mail.ru // Поиск
	Mail.ru // Главная страница	Mail.ru // Главная страница	Mail.ru // Главная страница
	Mail.ru // Почта, внутренние страницы	Mail.ru // Почта, внутренние страницы	Mail.ru // Почта, внутренние страницы
Ct.kz	Ct.kz	Ct.kz	Ct.kz
Nur.kz	Nur.kz	Nur.kz	Nur.kz

На момент написания user guide атрибут **Network** не представлен в базе.

## ОПИСАНИЕ СТАТИСТИК

**Reach** – количество человек в генеральной совокупности (население Казахстана 100 000+ 12-54) или в заданной соц.-дем. группе, которые зашли на страницы, входящие в Holding/Project/Section/Sub-section (далее будем называть это интернет-проект), хотя бы 1 раз за указанный период.

*Native* – выражено в тысячах человек

*Row% / Column%* - выражено в % от общего числа посетителей интернет-проектов по строке или колонке таблицы

**Reach%** – количество человек, заходивших на интернет-проект хотя бы 1 раз за указанный период, - в % от генеральной совокупности или заданной соц.-дем. группы.  $(Reach / Universe * 100\%)$

**Unweighted Reach** - количество человек из панели, которые зашли на страницы, входящие в Holding/Project/Section/Sub-section (далее будем называть это интернет-проект), хотя бы 1 раз за указанный период. Используется для проверки валидности расчета при работе с мало-наполненными группами.

**OTS** (Opportunity to see) – общее количество загрузок страниц интернет-проекта за указанный период (в рамках соц.-дем. группы, если она задана в Filter или на осях таблицы). Выражается в тысячах (*Native*), а также в % от общего числа по колонке или строке таблицы ( $Column\% / Row\%$ ).

**Frequency** – среднее количество загрузок страниц интернет-проекта на 1 посетителя за указанный период.  $(OTS / Reach)$ .

**Days Reached** – показывает сколько дней за указанный период средний посетитель сайта на него заходил (хотя бы один раз за день).

**Days Reached Frequency Distribution** – показывает сколько посетителей заходило на сайт указанное количество дней.

**GRP** (Gross Rating Points) – общее количество загрузок страниц интернет-проекта за указанный период на 100 человек в соц.-дем группе, если она задана в “Filter” или на осях таблицы.  $(Reach\% * Frequency)$

**Exclusive Reach** – количество человек (тыс.), которые заходили на интернет-проект хотя бы 1 раз за указанный период, но не заходили на другие интернет-проекты, заданные в фильтре отчета. В “Filter” обязательно должно быть задано ограничение по media (набор интернет-проектов).

**Affinity** – Индекс соответствия целевой группе (относительно населения в целом). Рассчитывается, если в таблице задана ось демографии. Показывает, насколько соц.-дем. группа представлена в аудитории интернет-проекта больше / меньше, чем в населении Казахстана в целом. В зависимости от ориентации таблицы:  $Reach\ column\%/row\% : Universe\ column\%/row\% * 100$ .

**Affinity Internet** – Индекс соответствия целевой группе (относительно аудитории Интернета). Рассчитывается, если в таблице задана ось демографии. Показывает, насколько соц.-дем. группа представлена в аудитории интернет-проекта больше / меньше, чем в аудитории Интернета в целом.

Рассчитывается в зависимости от ориентации таблицы:  
 $\text{Reach column\%/row\% «Интернет-проект» : Reach column\%/row\% «Total» * 100.}$

**Average Daily Reach** – рассчитывается как среднее арифметическое Reach каждого из дней, входящих в заданный период. Выражается в тысячах человек.

*Примечание: даже если данные по интернет-проекту отсутствуют в части дней из отобранного периода, среднее арифметическое рассчитывается по всем дням, а не по тем, где были данные. Об этом необходимо помнить при работе с недавно появившимися в базе проектами и при работе с узкими целевыми группами. Если интернет-проект не измерялся все дни анализируемого периода, показатель Average Daily Reach рассчитывать некорректно!*

**Average Daily Reach%** – рассчитывается как среднее арифметическое Reach% каждого из дней, входящих в заданный период. Выражается в % от генеральной совокупности или заданной соц.-дем. группы.

*Примечание: даже если данные по интернет-проекту отсутствуют в части дней из отобранного периода, среднее арифметическое рассчитывается по всем дням, а не по тем, где были данные. Это необходимо учитывать при работе с недавно появившимися в базе проектами и при работе с узкими целевыми группами.*

**Average Daily Frequency** – рассчитывается как среднее арифметическое Frequency каждого из дней, входящих в заданный период.

**Average Daily OTS** – общее количество загрузок страниц интернет-проекта за средний день указанного периода (рассчитывается как  $\text{Average Daily Reach * Average Daily Frequency}$ ). Выражается в тысячах

**Average Weekly Reach** – анализируемый период разбивается на интервалы из 7ми дней (искусственные недели), начиная с первого дня анализируемого периода. Далее рассчитывается средний арифметический охват семидневных интервалов, входящих в анализируемый период. Если анализируемый период не кратен семи, т.е. в состав периода попадает неполная искусственная неделя, в расчете обрабатываются только полные семидневные интервалы, входящие в анализируемый период. Для получения данных за календарные недели, в фильтре необходимо указать анализируемые недели. Выражается в тысячах человек, а также в % от общего числа по колонке или строке таблицы (Column% / Row%).

**Average Weekly Reach%** – рассчитывается аналогично Average Weekly Reach для всех недель, входящих в заданный период. Выражается в % от генеральной совокупности или заданной соц.-дем. группы.

**Average Weekly OTS** – общее количество загрузок страниц интернет-проекта за среднюю искусственную неделю указанного периода (рассчитывается как  $\text{Average Weekly Reach * Average Weekly Frequency}$ ). Выражается в тысячах.

**Average Weekly Days Reached** – как отношение среднего арифметического OTS каждой из недели за заданный период к Average Weekly Reach за заданный период.

**Sample** – количество человек в соц.-дем. группе из выборки, включая не-посетителей Интернета. Соц.-дем. группа определяется демографическими и временными

параметрами. Используется для проверки валидности расчета при работе с мало-наполненными группами.

**Universe** – количество человек в соц.-дем. группе в генеральной совокупности (население Казахстана 100 000+ 12-54). Соц.-дем. группа определяется демографическими и временными параметрами.

*Native* – выражено в тысячах человек

*Row% / Column%* - выражено в % от общего размер соц.-дем. группы по строке или колонке таблицы.

**Reach N+ Distribution** – количество человек, посетивших страницы интернет-проекта заданное число раз (возможные значения: N,N-M,N+, например, 1,3-5,7+). Выражается в тысячах человек.

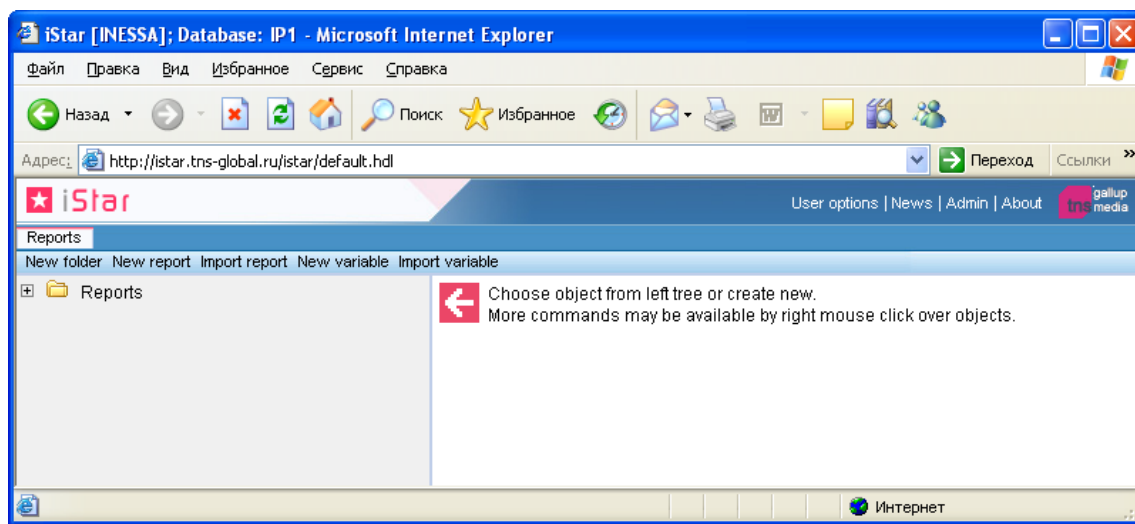
**Average Age** – средний возраст посетителей ресурса за указанный период. Выражается в годах.

## НАЧАЛО РАБОТЫ

### Запуск iStar

Для запуска программы необходимо в любом браузере набрать адрес <http://istar.tns-global.kz/istar/>, ввести имя пользователя и пароль.

В каждый момент времени по одному логину возможна только одна сессия.



В программе iStar рабочее окно разделено на две части:

- В левой части располагается дерево отчетов, которое состоит из папок (folders) и лежащих в них отчетов (reports).
- В правой части отображается структура отчетов.

### Обновление данных в iStar

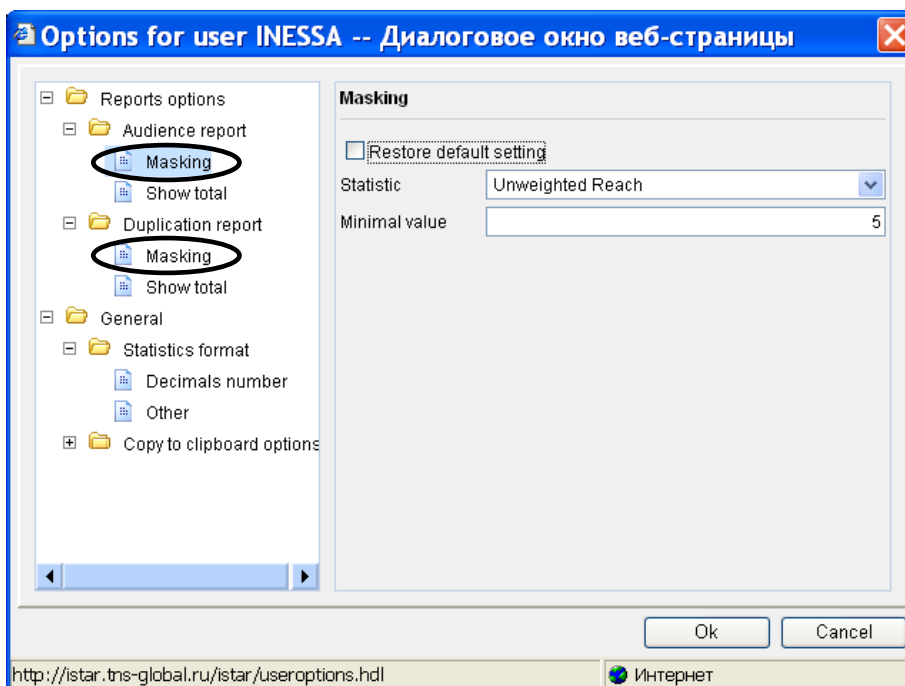
Для того чтобы просмотреть сообщения от TNS про обновления, которые были сделаны в iStar, а также про обновление данных, необходимо нажать на кнопку **News** в правой верхней части экрана.

### Предварительные настройки программы

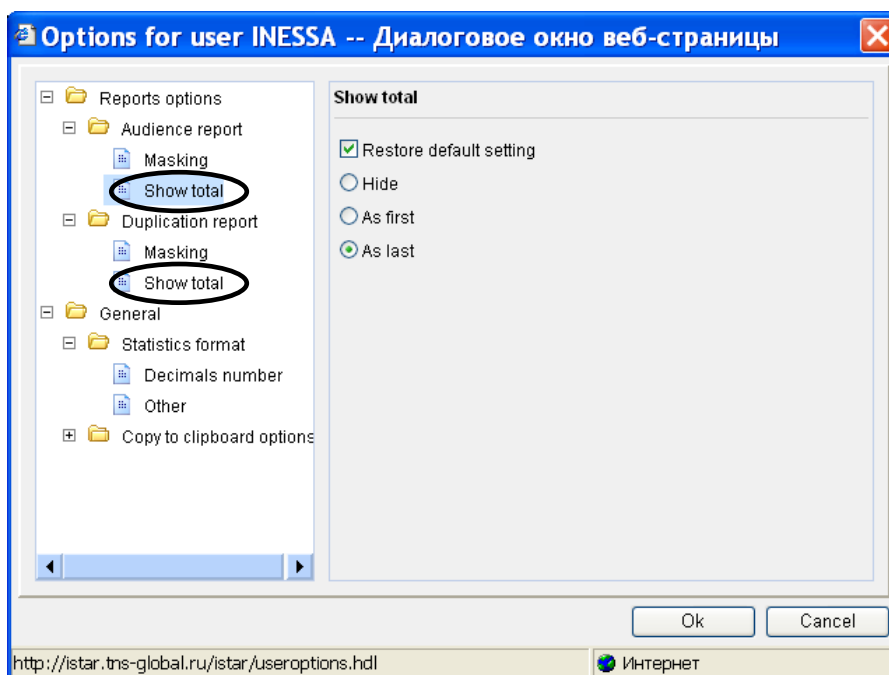
Изменить настройки программы можно с помощью кнопки **User options** в правой верхней части экрана.

*Report options (Audience report и Duplication report) – настройки отчетов*

- Опция «Masking» используется для того, чтобы заменять статистически незначимые значения в клетках таблицы на знак «\*». Рекомендуемая граница: Minimal value = 5. Опции воспроизводятся по умолчанию, если сделать активным «Restore default setting».

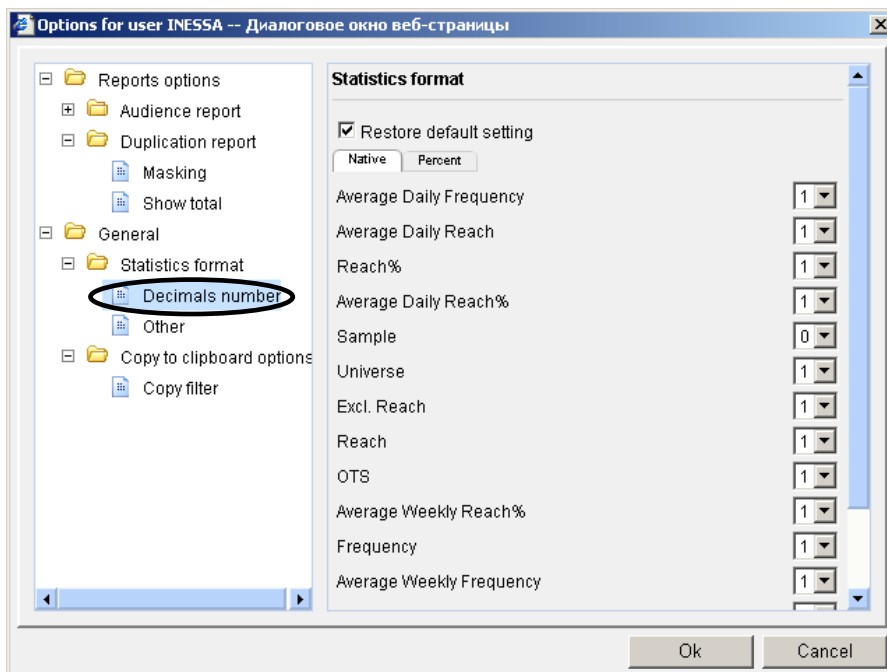


- В опции «Show total» задается позиция «Total» в таблице отчета.  
*Hide* – отсутствие позиции «Total» в отчете  
*As first* – расположить «Total» в начале оси  
*As last* – расположить «Total» в конце оси  
 По умолчанию «Total» располагается в конце оси.

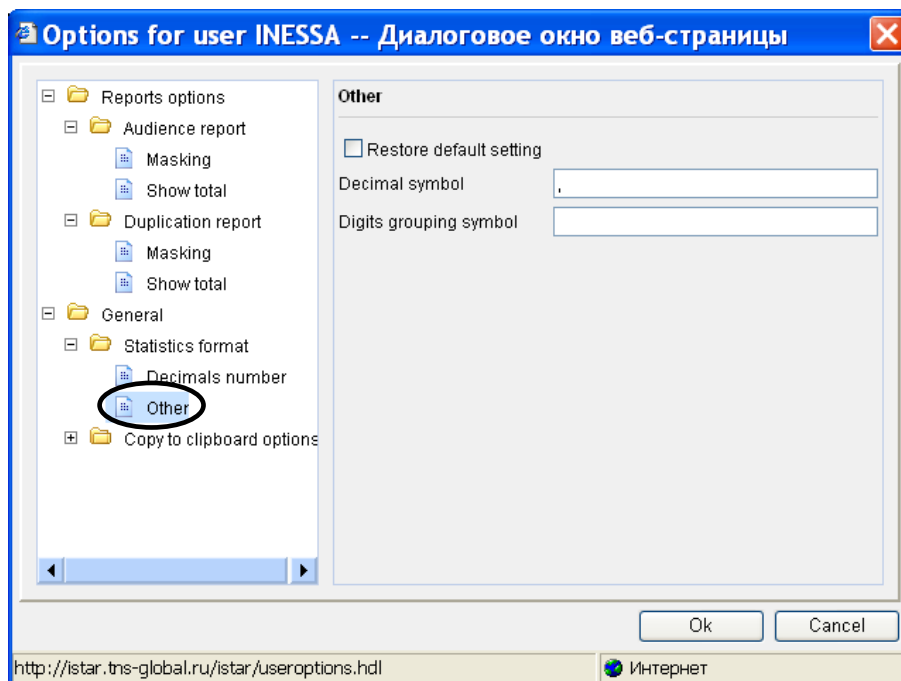


*General / Statistics format – настройки статистик, отображаемых в отчетах*

- Опция «Decimals number» определяет количество десятичных знаков для каждой из статистик.



- В опции «Other» определяется десятичный разделитель чисел (точка или запятая).



## ФОРМИРОВАНИЕ ДЕРЕВА ОТЧЕТОВ

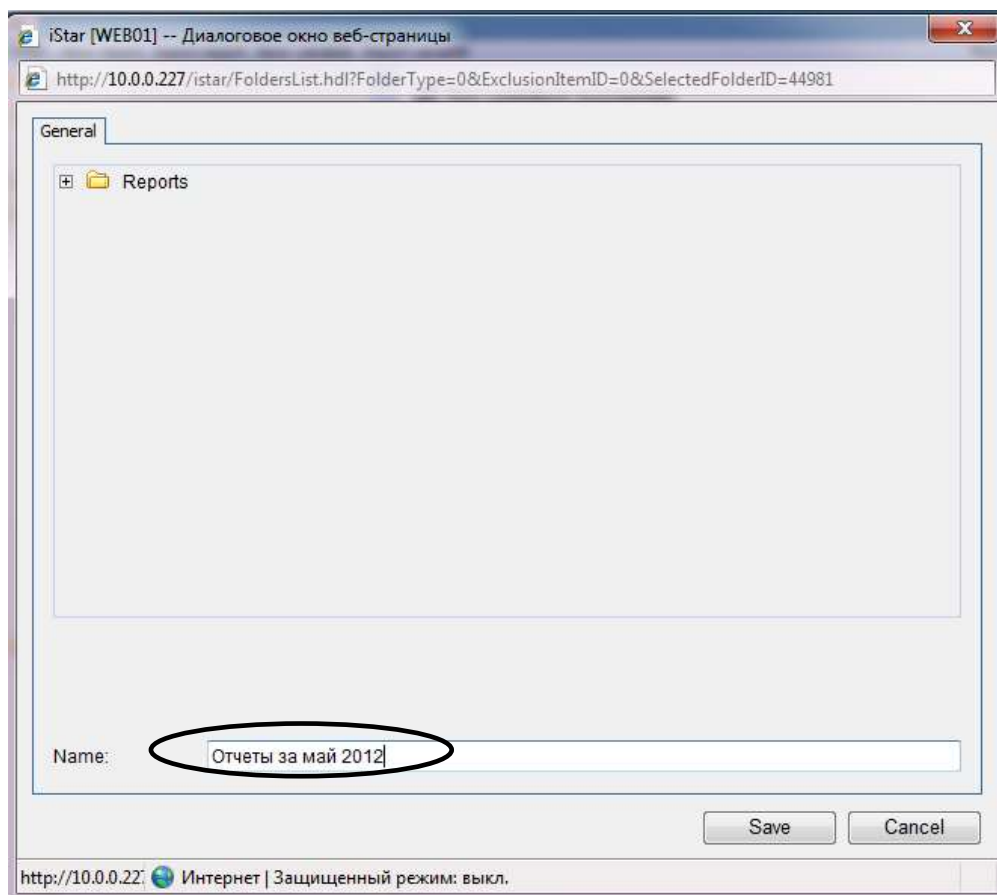
Дерево отчетов формируется в левой части окна с помощью верхнего меню кнопок.



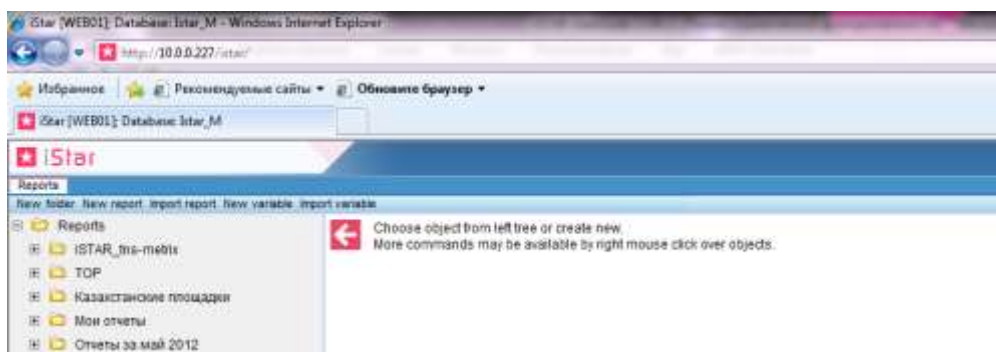
- New folder - создать новую папку
- New report - создать новый отчет
- Import report - импортировать отчет с диска
- New variable - создать пользовательскую переменную
- Import variable - импортировать пользовательскую переменную с диска

Для того чтобы создать новую папку, необходимо нажать на кнопку **New folder**.

В открывшемся диалоговом окне выберите «родительскую» директорию, в которую планируется вложить новую папку (если нужно создать папку верхнего уровня - выберите папку «Reports»). Далее в строке «name» необходимо написать имя папки и нажать «Save».



Созданная папка отобразится в директории “Reports”.



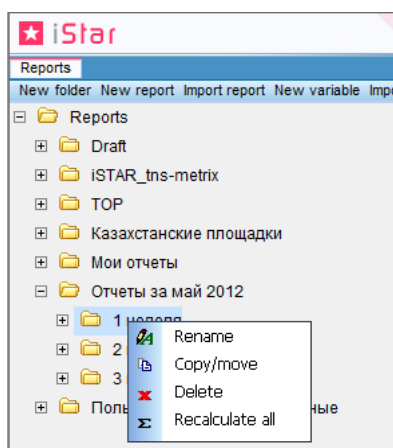
Папки в директории “Reports” могут располагаться друг за другом, а также могут быть вложены друг в друга.



Для того чтобы создать новый отчет, нужно мышкой выбрать папку, в которую планируется поместить отчет и затем - нажать на кнопку **New report** (Подробнее о построении отчета см. в разделе «Принципы создания отчета» на стр.13).

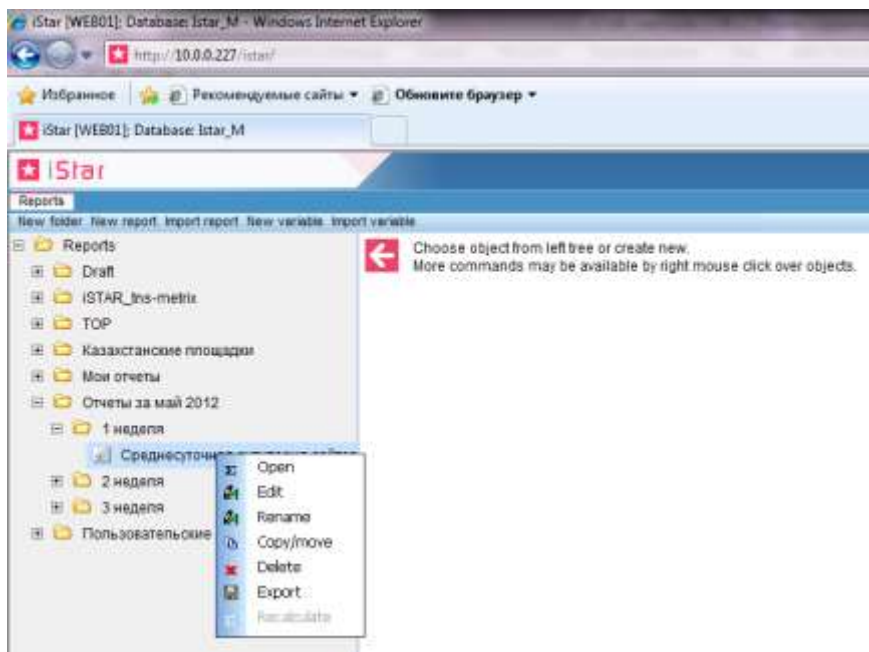
Дерево отчетов в любой момент доступно для редактирования.

Чтобы совершить операции с папкой, нужно кликнуть правой кнопкой мыши по названию папки. Откроется меню доступных операций:



- Rename – переименовать папку
- Copy / move – скопировать / переместить папку
- Delete – удалить папку

Чтобы совершить операции с отчетом, нужно кликнуть правой кнопкой мыши по названию отчета. Откроется меню доступных операций:



- Open – открыть отчет (также открыть отчет можно, кликнув по нему 2 раза мышкой)
- Edit – редактировать отчет
- Rename – переименовать отчет
- Copy / move – скопировать / переместить отчет
- Delete – удалить отчет
- Export – экспортировать отчет

## ПРИНЦИПЫ СОЗДАНИЯ ОТЧЕТА

Отчет строится с помощью пошагового подсказчика. Переход к каждому последующему шагу осуществляется с помощью кнопки **Next >>**. Возврат к предыдущему шагу – с помощью кнопки **<< Previous**.

<b>Cancel</b>	- прерывает построение отчета
<b>Save</b>	- прерывает построение отчета, не потеряв предыдущие шаги
<b>Calculate</b>	- рассчитывает данные отчета

## Шаг #1 (Закладка General)

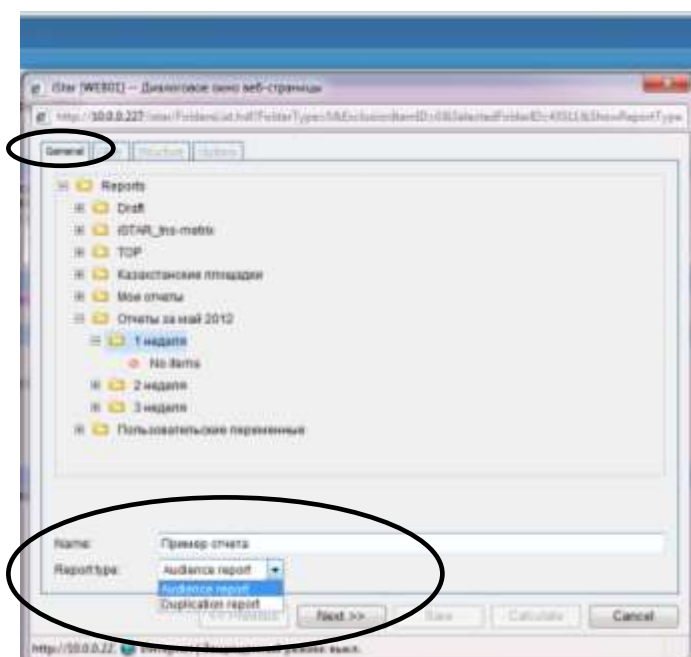
Определение типа и имени отчета.

На первом шаге в директории “Reports” нужно выбрать папку, в которую планируется поместить отчет, и нажать на кнопку **New report**.

В открывшемся диалоговом окне в строке “Report type” доступны два типа отчета:

- **Audience report** – анализ аудитории интернет-проектов (структура, динамика и др.)<sup>1</sup>,
- **Duplication report** – анализ пересечений аудиторий интернет-проектов.

В этом разделе будет разобран пример создания отчета “Audience report”. Принцип построения “Duplication report” аналогичен “Audience report”. Главное отличие “Duplication report” от “Audience report” – возможность добавлять медиа данные на две оси таблицы. (Подробнее см. в разделе «Пример 3. Пересечение аудиторий сайтов»).




В строке “Name” задайте название отчета и нажмите кнопку “Next” для перехода к следующему шагу.

## Шаг #2 (Закладка Filter)

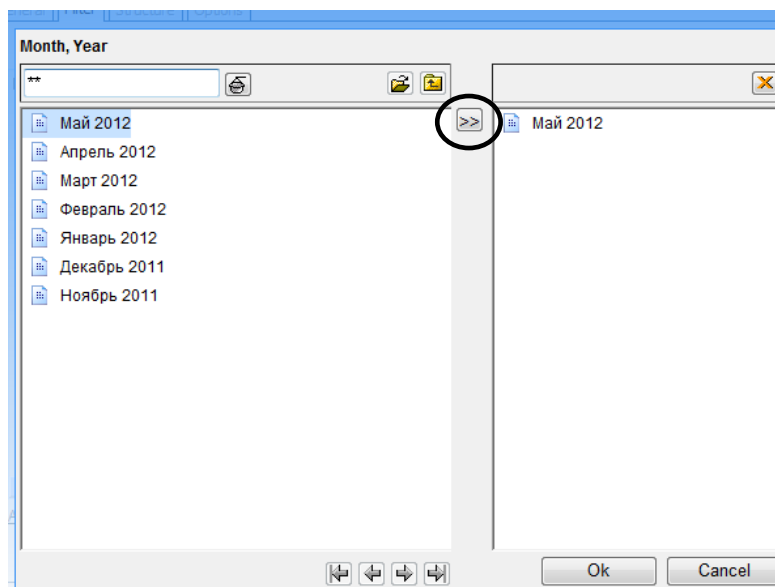
Определение ограничения для отчета (Filter).

В качестве ограничения для отчета можно задать период времени (Date или Time), набор медиа носителей (Media), демографию (Demographics). (Подробнее см. раздел «Структура базы данных / дерева атрибутов» на стр.2).

Для того чтобы задать ограничение, выберите нужный элемент в дереве слева (в этом примере это «Month, Year»), кликните по элементу правой кнопкой мыши и нажмите “Add”.

В появившемся диалоге перенесите нужные пункты в правую часть экрана с помощью стрелки . Выбор нескольких элементов осуществляется с помощью клавиш Shift и Control.

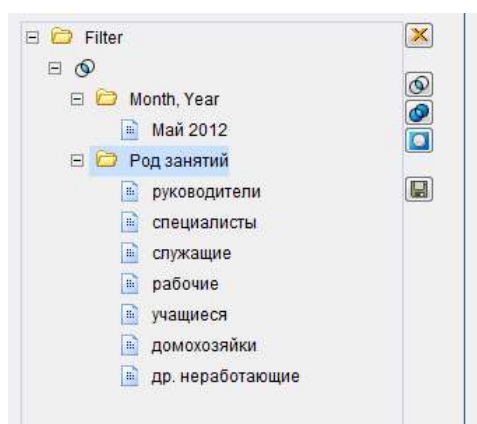
<sup>1</sup> По умолчанию задается “Audience report”.



Чтобы вернуться в окно построения отчета, нажмите “ОК”. Убедитесь, что в дереве “Filter” (правая часть окна) появились нужные параметры.




Для большинства отчетов “Filter” содержит ограничение именно по календарному периоду. Однако в некоторых случаях стоит задача ввести несколько ограничений одновременно.




В том случае, если задано несколько условий, элементы фильтра по умолчанию объединяются логическим пересечением (условие AND).

Если нужно изменить / усложнить логическое выражение, воспользуйтесь кнопками справа:

 = AND (Логическое «и») Позволяет выделить группу людей, которые удовлетворяют заданным условиям.

 = OR (Логическое «или») Позволяет выделить группу людей, которые удовлетворяют хотя бы одному из заданных условий.

 = NOT (Логическое отрицание) Позволяет выделить группу людей, которые не удовлетворяют заданному условию.

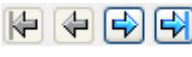
(Подробнее см. раздел «Пример использования логических операторов на стр.32)


После того, как фильтр сформирован, нажмите кнопку “Next”.

### **Специфика отбора различных атрибутов:**

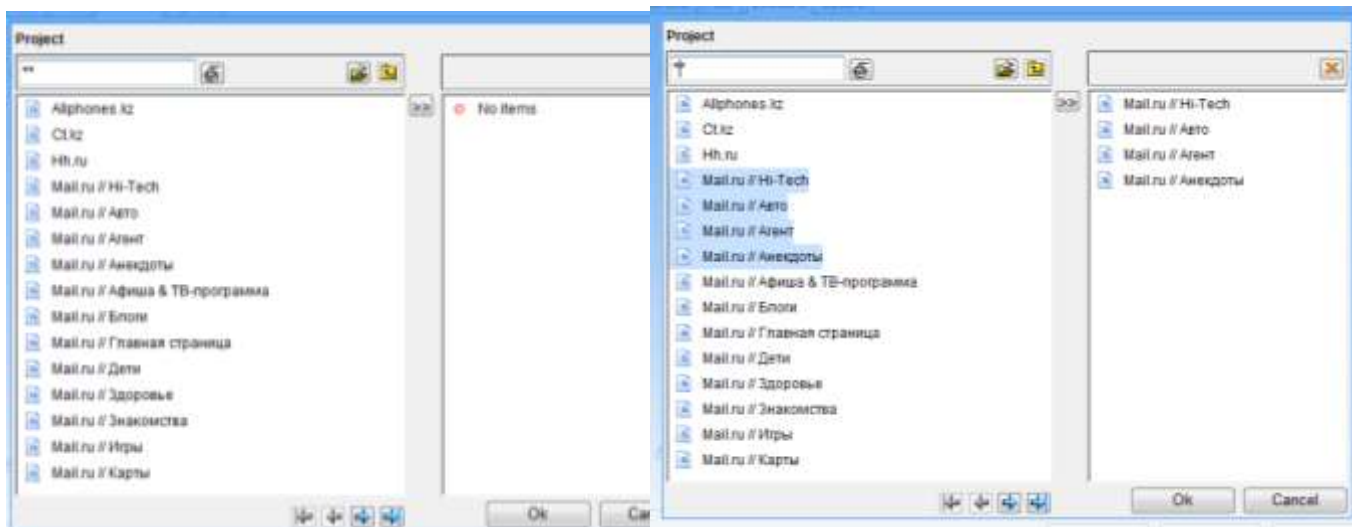
#### Атрибуты Media:

Т.к. уже на уровне «Project» список превышает размер одного экрана, то есть две возможности выбора переменных:

а) перелистывая список стрелками на нижней панели , выбирать на каждом экране нужный элемент слева, переносить его в правую часть экрана.

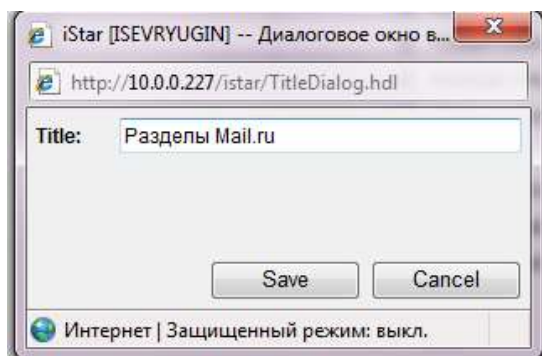
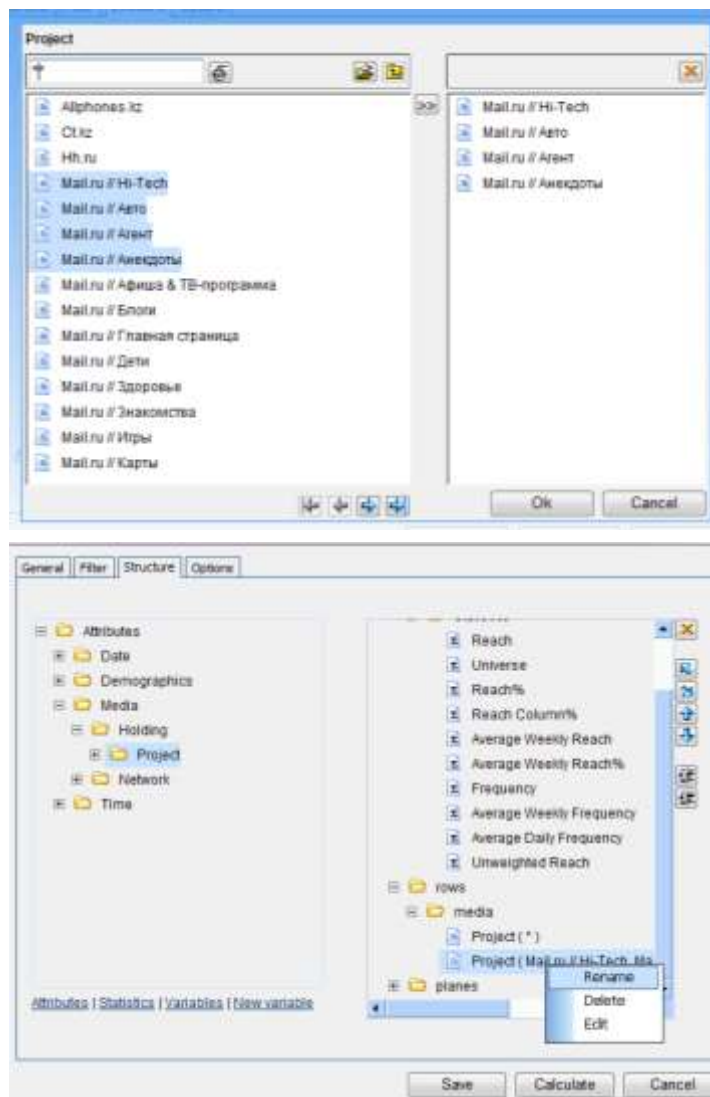
б) в строке сверху ввести между знаками \*\* нужный текст (достаточно любую часть) и нажать кнопку  для запуска контекстного поиска.

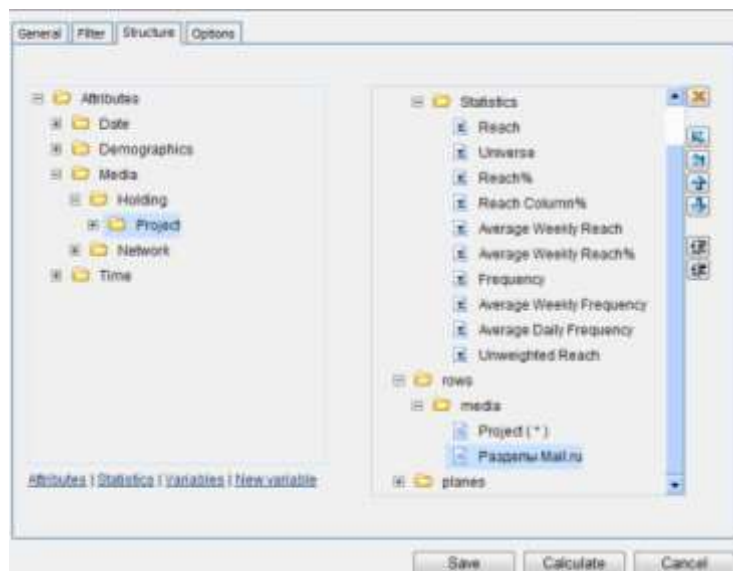
Выбранные переменные переносятся в правую часть окна можно с помощью стрелки .



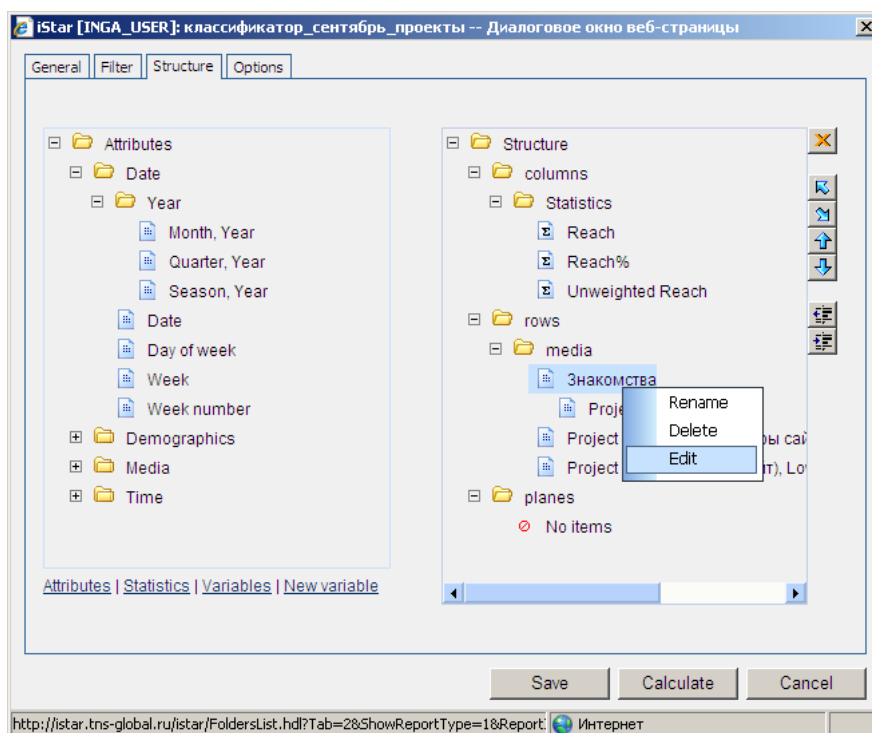
**Примечание:** Важно помнить, что, устанавливая в качестве “Filter” интернет-проекты, вы ограничиваете итоговую таблицу не только визуально. “Total” по оси “Media” в получившемся отчете будет отражать не всю аудиторию Интернета, а только совокупную аудиторию отобранных площадок.

Имеется возможность переименовывать объединённую аудиторию под одним названием. Например, 'Mail // Hi-Tech', 'Mail // Авто', 'Mail // Агент'..... можно объединить под общим названием 'Разделы Mail'.





Сформированную группу медиа-переменных можно корректировать, удаляя/ добавляя требуемые интернет-проекты из выбранного уровня атрибутов Holding/Project/Section/Sub-section.




#### Атрибуты демографии:

Для отбора произвольного возрастного интервала (если разбивка 12-17/18-24/25-34/35-44/45-54 не подходит для решения задачи), необходимо использовать числовую переменную «Возраст».

В появляющемся диалоге введите нижнюю и верхнюю границу интервала и нажмите кнопку

### Атрибуты времени суток:

Для определения временного интервала нужно задать его границы (сутки в этой базе данных от 0 до 24 часов) и обязательно нажать кнопку . Интервалов может быть несколько. Отсутствие минут приравняется к значению «0».

### **Шаг #3 (Закладка Structure)**

Определение структуры таблицы.

На этом этапе определяется внешний вид отчета и состав каждой из осей.

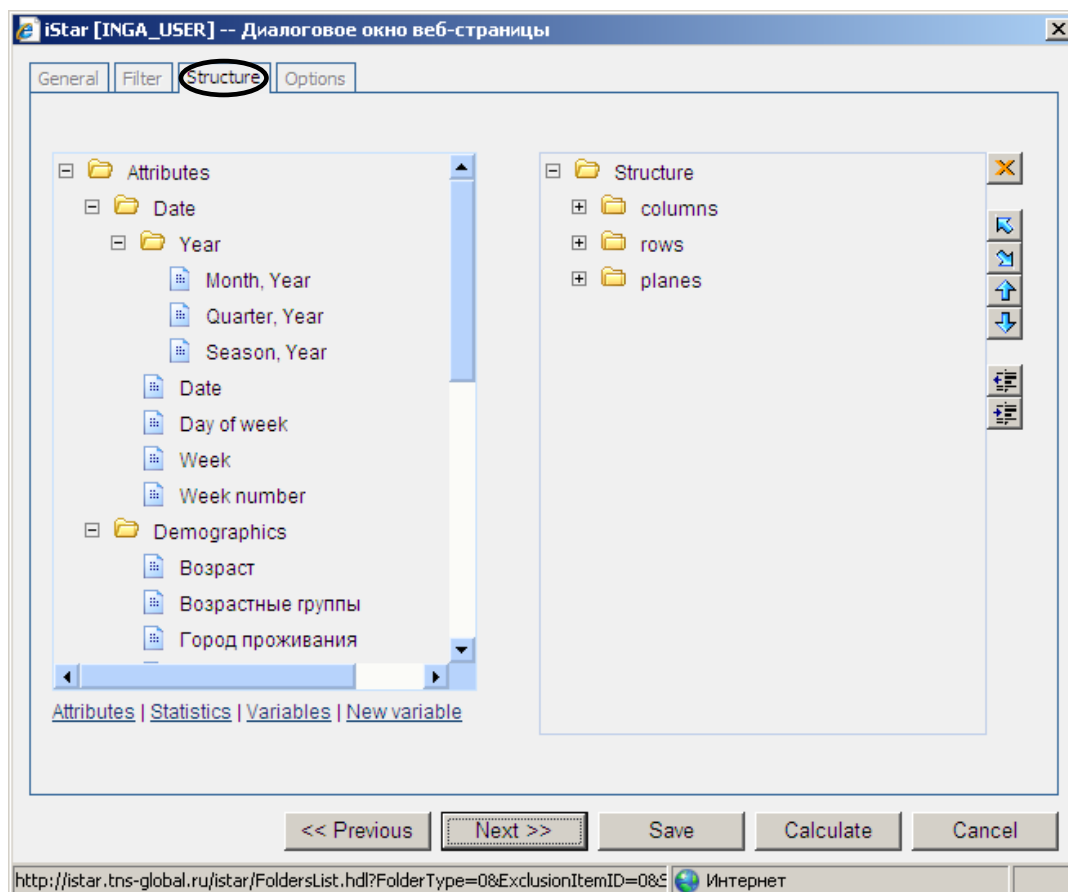
В правой части окна – структура будущего отчета:

- “columns” – столбцы
- “rows” – строки
- “planes” - слои (подобно страницам в Excel. Переход с одной страницы на другую осуществляется с помощью стрелок в верхнем правом углу экрана)

В левой части окна – список параметров, которые можно добавить в таблицу. Параметры классифицированы по трем группам:

- “Attributes” - список категорий атрибутов, доступных для анализа (см. раздел «Структура базы данных / дерево атрибутов на стр.2-3)
- “Statistics” – набор статистик (см. раздел «Описание статистик» на стр.5)
- “Variables” – список пользовательских переменных (см. раздел «Построение пользовательских переменных» на стр.29)

Для того чтобы перейти к нужной группе, воспользуйтесь закладками слева внизу.



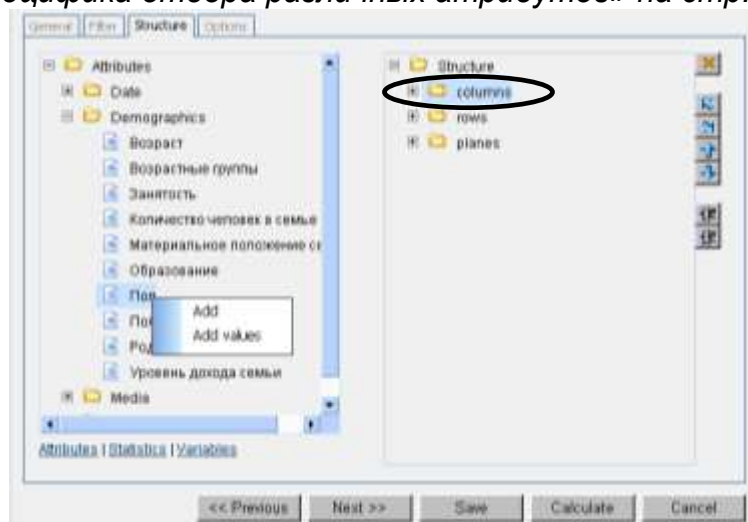
В отчет необходимо включить хотя бы один атрибут и хотя бы одну статистику. Пользовательские переменные добавляются только в том случае, если это необходимо для решения задачи.

### **Добавление атрибутов в отчет**

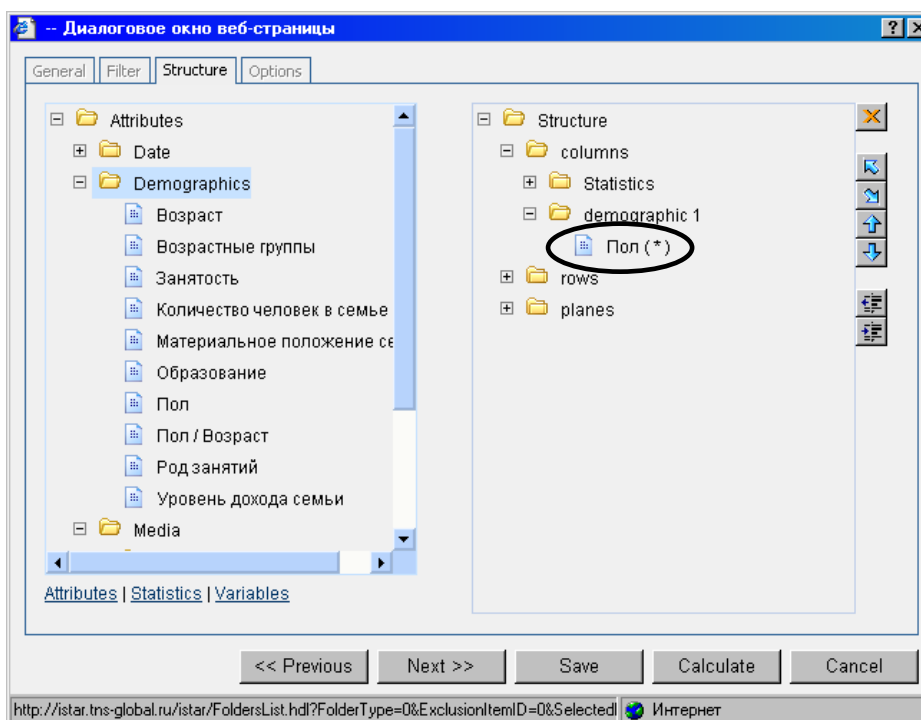
В правой части окна выберите место, куда требуется добавить атрибут: в столбцы – “columns”, в строки – “rows” или в слои – “planes”.

Затем из списка “Attributes” выберите нужный атрибут и кликните по нему правой кнопкой мыши. Появляется окно с возможными вариантами добавления:

- “Add” – добавить всю переменную
  - “Add values” – добавить одну / несколько категорий переменной
- (См. раздел «Специфика отбора различных атрибутов» на стр.16)

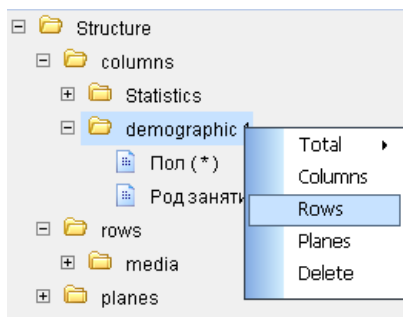


Добавив атрибут, убедитесь, что он отобразился в структуре таблицы.

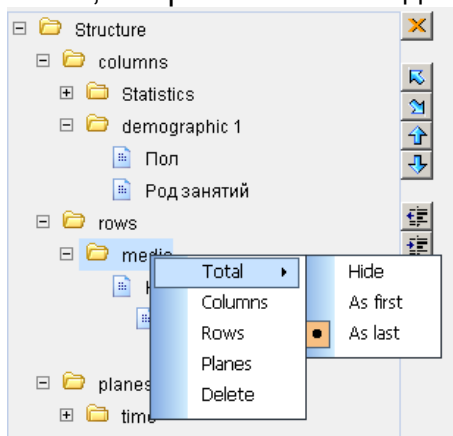


### Дополнительные возможности работы с осями

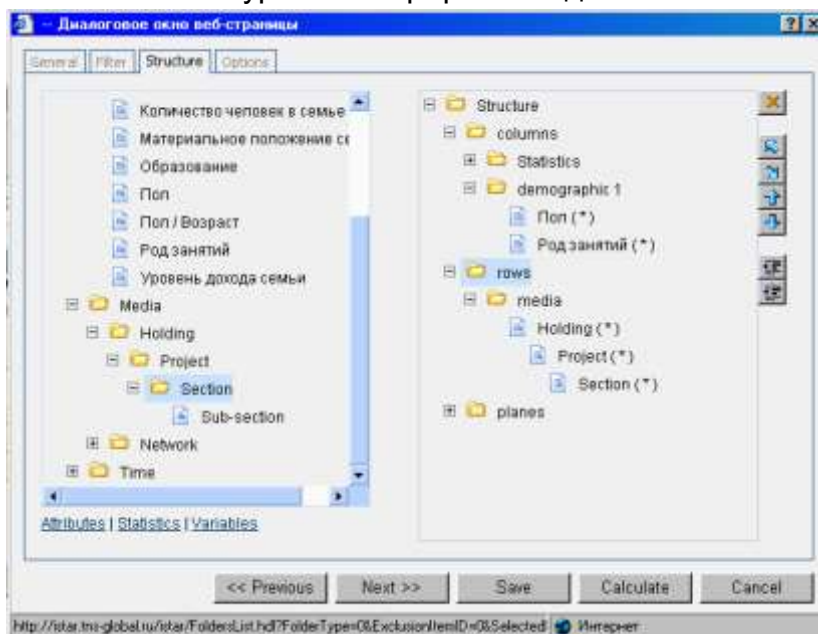
1. Если после того, как все атрибуты добавлены, требуется изменить структуру таблицы (например, поменять местами строчки и столбцы), кликните правой кнопкой мыши по названию оси и выберите место, куда нужно переместить ось.





2. Позиция "Total" есть на любой оси. Ее расположение по умолчанию (в начале оси, в конце оси, отсутствие в отчете) задается настройками "User Options" (меню в верхней правой части экрана). Если для конкретного случая необходимо это изменить, то нужно на оси нажать правую кнопку мыши, выбрать "Total" и задать его расположение.



3. Элементы на любой оси могут быть расположены как иерархически (ступенчато), так и рядоположенно. Например, для анализа демографии, как правило, необходимо независимое рассмотрение каждого из параметров, а интернет-проекты часто требуется рассматривать на нескольких уровнях иерархии в одном отчете:



С помощью кнопок ,  в правом меню можно изменять иерархическое расположение переменных на рядоположенное и наоборот:



- «Decrease indent» - расположить переменные иерархически



- «Increase indent» - расположить переменные рядоположенно

С помощью кнопок правого меню можно менять порядок и подчиненность элементов на осях таблицы, удалять оси и элементы осей:



- «Delete selected items» - удалить выделенный элемент

*Для элементов, расположенных иерархически:*



- «Move up» - переместить на ступень выше



- «Move down» - переместить на ступень ниже

*Для элементов, расположенных в одном ряду:*



- «Move up» - переместить выше



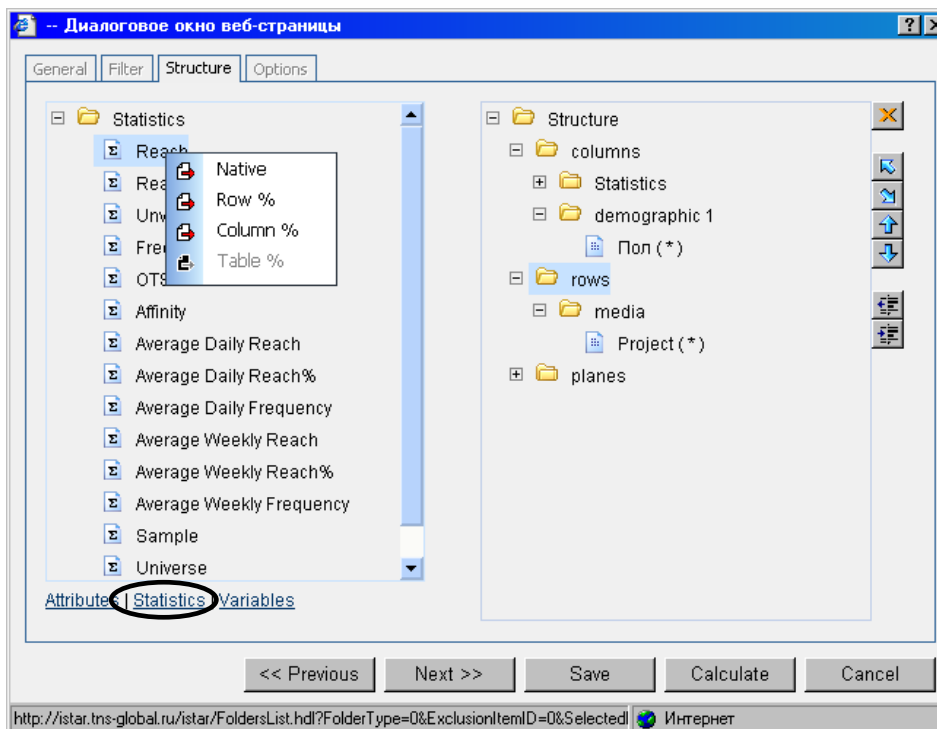
- «Move down» - переместить ниже

### **Определение статистик в отчете**

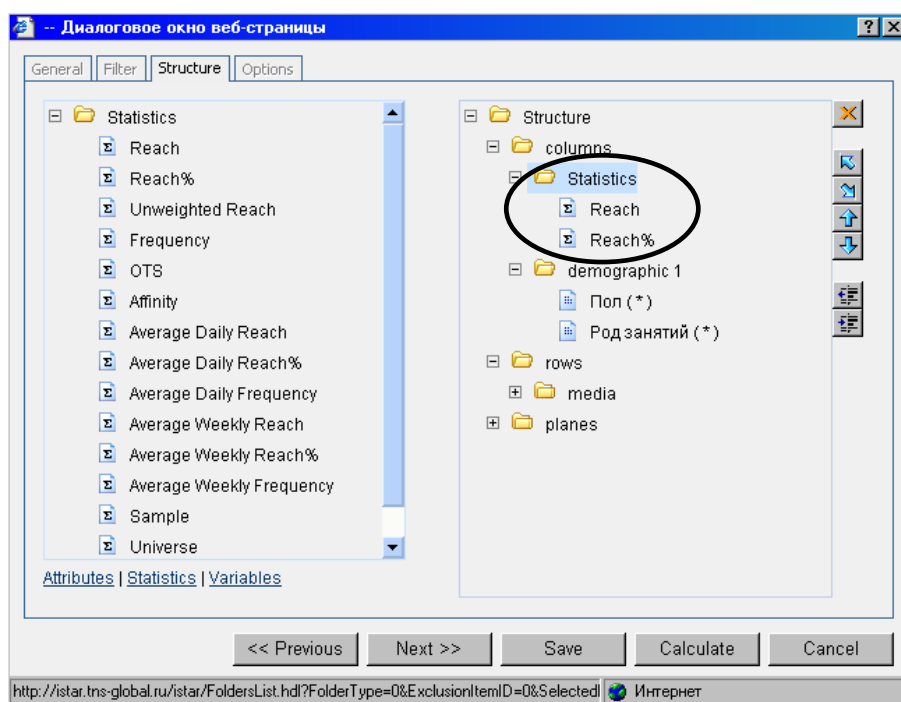
Продолжая оставаться в закладке “Structure”, нажмите слева внизу этого окна на “Statistics”.

Выберите нужную статистику (можно сразу несколько), нажмите правую кнопку мыши и выберите вид, в котором Вы хотите ее добавить в отчет (native / row% / col% - в большинстве статистик определен только первый вид).

(Подробнее см. раздел «Описание статистик» стр.5)



После того, как статистики появятся в правой части экрана, для оси “Statistics”, как и для любой другой, можно выбрать оптимальное место в таблице, используя правую кнопку мыши.

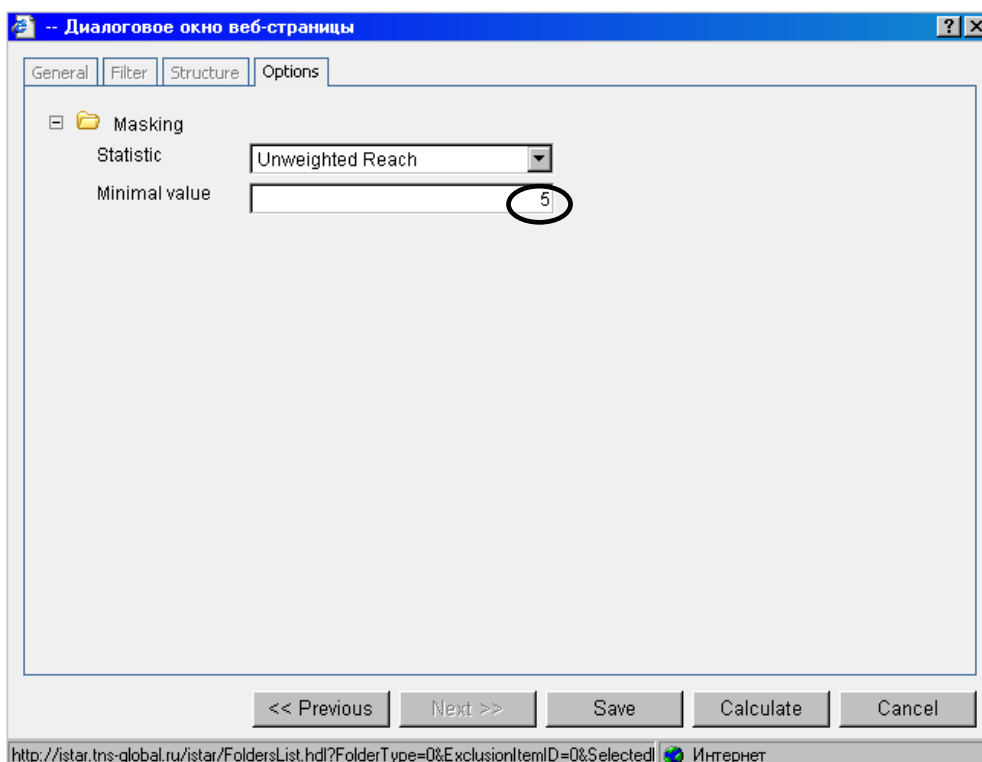


#### Шаг #4 (закладка Options)

Опции отчета.

В закладку “Options” в большинстве случаев изменения не вносятся. Здесь указан минимальный размер выборки, меньше которого значения в клетках таблицы будут заменены на знак «\*».

Минимальный размер выборки по умолчанию задается настройками “User Options” (меню в верхней правой части экрана). Если для конкретного случая требуется это изменить, впишите нужное значение в строку “Minimal value”.



После того, как структура отчета определена, можно:

- нажать кнопку Save, чтобы перейти к построению следующего отчета, а этот сохранить как структуру
- нажать кнопку Calculate, чтобы запустить расчет и сразу увидеть отчет.

**!!!Внимание** Если в отчете задействованы сайты, которые не измерялись весь период, заданный в отчете, то сверху справа над таблицей появится ссылка «Show warnings», где будет указано, в какие именно промежутки дат сайты не измерялись. Для более корректного расчета нужно отредактировать отчет таким образом, чтобы задействованные сайты измерялись в течение всего периода, за который построен отчет.

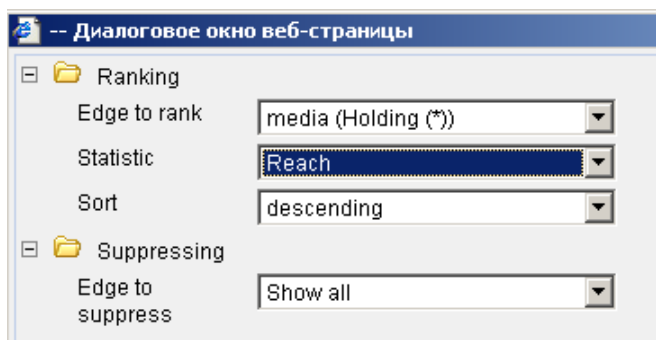


## ОПЕРАЦИИ С ПОСТРОЕННЫМ ОТЧЕТОМ

### Сортировка (Ranking)

В закладке “Table”, над таблицей, кликните по ссылке “Change ranking/suppressing options”. В появившемся диалоге выберите последовательно:

- “Edge to rank” - ось, элементы которой нужно сортировать;
- “Statistic” - статистику, по которой нужно упорядочивать элементы оси;
- “Sort” - порядок сортировки (descending – убывание, ascending – возрастание);
- нажмите кнопку “Save”.



### Сжатие по условию (Suppressing)

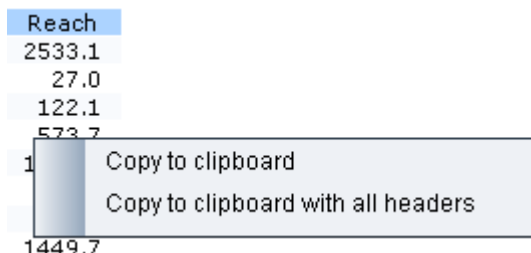
В том же диалоге “Change ranking/suppressing options” необходимо выбрать:

- “Edge to suppress” - ось, элементы которой нужно уменьшить
- “Statistic” - статистику, по которой будет происходить сжатие
- “Condition” - логическое условие сжатия и его числовые границы, а именно:
  - спрятать элементы со значением статистики меньше заданного N (“less then”)
  - спрятать элементы со значением статистики больше заданного N (“greater then”)
  - спрятать элементы со значением статистики в интервале между N и M (“between”)
  - спрятать элементы со значением статистики за пределами интервала от N до M (“not between”)
  - оставить только N элементов с наибольшими значениями статистики (“show top N”)



### Экспорт в Excel

Наведите мышь на рассчитанную таблицу, нажмите правую кнопку мыши и выберите один из вариантов копирования: “Copy to clipboard”, “Copy to clipboard with all headers” для экспорта.



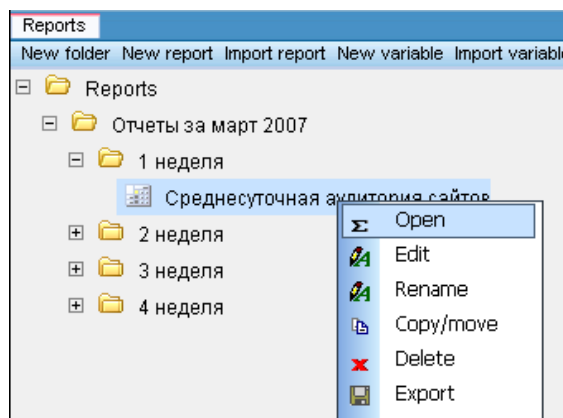
В Excel нажмите кнопку “вставить” / “paste”. Вариант “Copy to clipboard” сделает в Excel точную копию таблицы в iStar, т.е. будет использовано объединение ячеек. Вариант “Copy to clipboard with all headers” «размножит» заголовки осей на все клетки – этот вариант предпочтительнее для дальнейшей обработки данных в Excel (сортировка, фильтрация и т.п.)

### Печать / экспорт в Html

В закладке Table, в правой верхней части экрана выберите Printing version ([Printing version](#)). Таблица откроется в дополнительном окне, вы можете ее сохранить на диске, распечатать, послать по электронной почте как приложение.

### Копирование / Перемещение / Удаление отчетов

возможно в дереве отчетов (левая часть экрана, дерево “Reports”). Чтобы совершить операции с отчетом, нужно кликнуть правой кнопкой мыши по названию отчета. Откроется меню доступных операций:



- Open – открыть отчет (также открыть отчет можно, кликнув по нему 2 раза мышкой)
- Edit – редактировать отчет
- Rename – переименовать отчет
- Copy / move – скопировать / переместить отчет
- Delete – удалить отчет
- Export – экспортировать отчет

## Редактирование отчетов

Для того чтобы попасть в режим редактирования отчета можно:

а) либо кликнуть по отчету (в дереве "Reports") правой кнопкой мыши и выбрать пункт "Edit" из выпадающего меню,

б) либо кликнуть по закладке **Properties** внизу таблицы.

Выбрав пункт «б», вы попадаете в режим "Properties", где можно внести изменения в отчет на любом этапе построения: "General", "Filter", "Structure", "Options". Напротив нужного этапа нажмите кнопку **Edit**.

The screenshot displays the 'Properties' tab of the iStar report editor. It contains the following sections:

- General**: Title: Reach Av weeeekly Reach казахстанские площадки; Type: Audience report; Calculated: Yes; Time: 14 June 12 09:39:45; User: WEB01. An 'Edit' button is present.
- Filter**: (Month, Year (Апрель 2012)). An 'Edit' button is present.
- Structure**: Contains 'Columns' (Statistics: Reach, Reach Column%, Reach%, Frequency, Average Weekly Reach, Average Weekly Frequency, Unweighted Reach) and 'Rows' (media: Project ( Mail.ru // Главная страница )). An 'Edit' button is present and circled.
- Options**: Masking: Statistic: Unweighted Reach, Minimal value: 5. An 'Edit' button is present.

At the bottom, there is a navigation bar with tabs: Table, Chart, and Properties (which is circled).

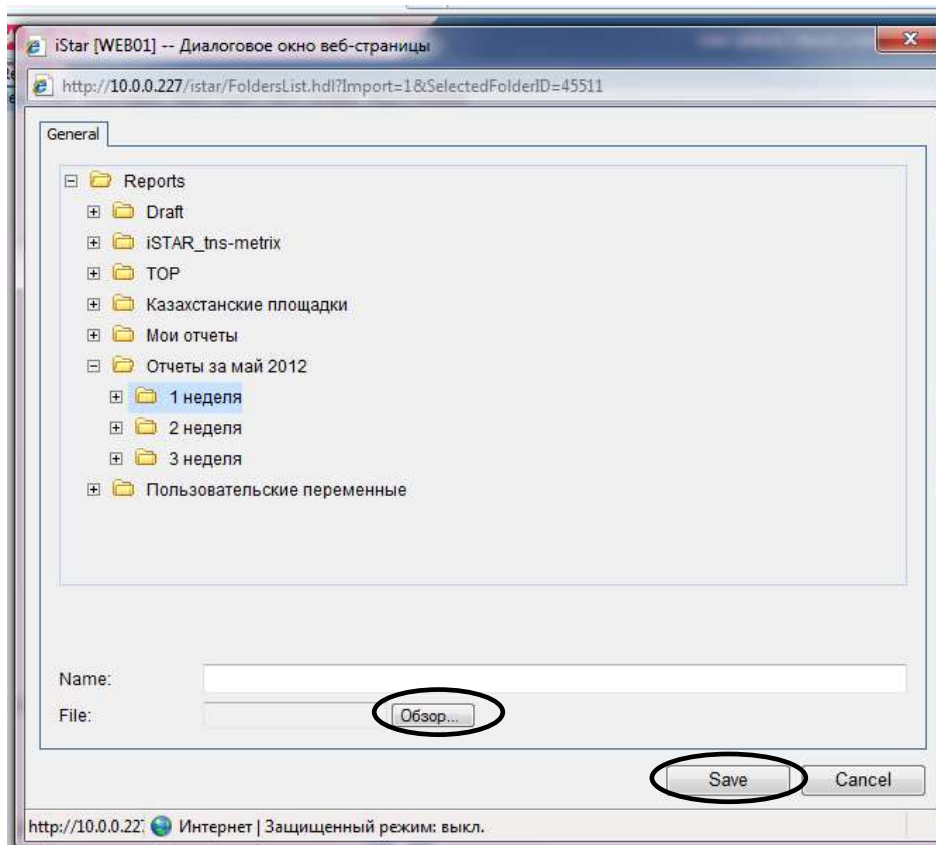
После того как необходимые изменения внесены, перейдите на закладку "Table". Отчет будет пересчитан с учетом сделанных правок.

## Экспорт / импорт отчетов

Эти функции удобно применять в случаях, когда пользователям нужно обменяться друг с другом отчетами.

Для того чтобы экспортировать отчет, кликните по отчету правой кнопкой мыши, выберите опцию “Export” и сохраните отчет на диске.

Для того чтобы импортировать отчет с диска, нужно кликнуть по кнопке **Import report** в верхнем меню. В открывшемся диалоге выберите директорию, в которую будет импортирован отчет. Далее нажмите на кнопку **Обзор...** для обращения на диск. Выбрав нужный файл с расширением .xml, нажмите «Открыть» и затем – кнопку “Save”, чтобы сохранить отчет в дереве.



## Перерасчет значений

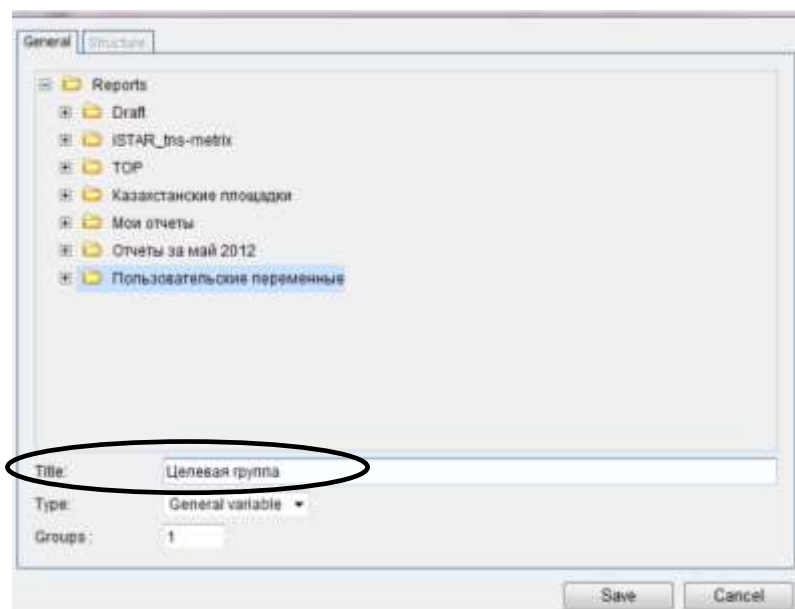
Если Вы полагаете, что с момента последнего расчета данные могли измениться (например: добавилась новая неделя, появились новые интернет-проекты и т.п.), и Вы хотите получить новые значения, - нажмите кнопку **Recalc** в правой верхней части экрана.

## ПОСТРОЕНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИХ ПЕРЕМЕННЫХ

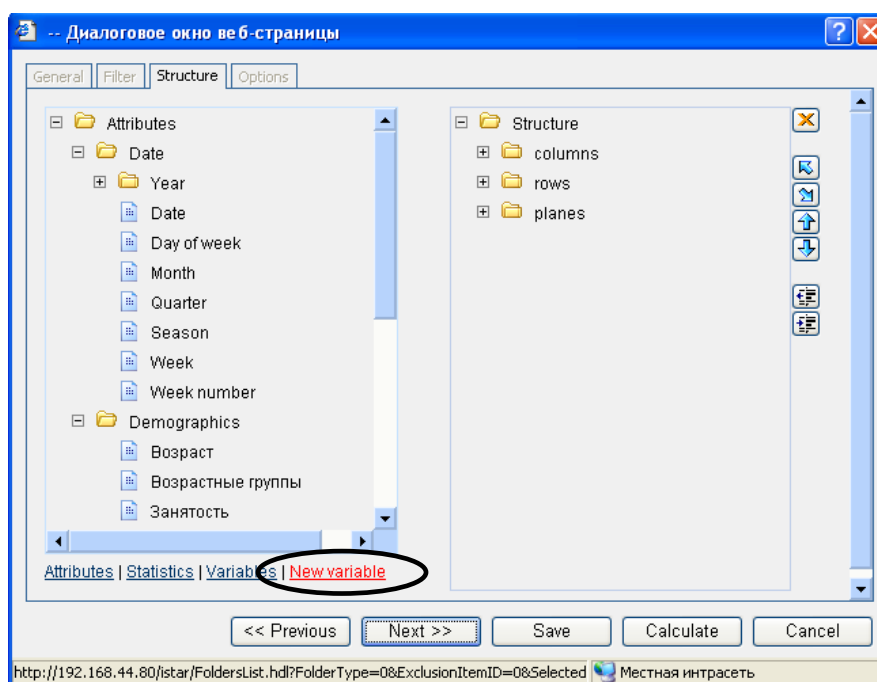
### **Демографические / медиа- переменные**

Пользовательские переменные – это такой класс переменных, которые пользователь создает самостоятельно на основе демографических переменных, изначально присутствующих в базе данных. Например, в базе данных могут быть два отдельных признака «женщины» и «руководители». Задачу выделения группы «женщины-руководители» можно решить, построив пользовательскую переменную. Строить пользовательские переменные можно не только на базе демографических, но и на базе медиа-переменных.

Диалог построения пользовательской переменной открывается с помощью кнопки **New variable** в верхнем меню кнопок. В дереве “Reports” выберите директорию, в которую планируется сохранить новую переменную. Задайте название переменной в строке “Title”. Тип переменной “General variable” установлен по умолчанию. Нажмите кнопку **Save**.



По аналогии можно создавать пользовательские переменные непосредственно в процессе построения отчета. В диалоге “Structure” опция “New variable”.



В правой части окна отобразится потенциальная структура новой переменной.

#### Целевая группа

General		<b>Add new category</b>
<b>Title:</b> Целевая группа		
New category		<b>Edit</b> <b>Delete</b>
<b>Title:</b> New category		
<b>Structure:</b> ()		

#### Примечание:

В некоторых случаях требуется создать переменную, состоящую из нескольких категорий. Каждая категория будет описана отдельным логическим выражением. Чтобы добавить в переменную новую категорию, воспользуйтесь кнопкой

**Add new category**

Для большинства задач создаваемая переменная состоит из одной категории.

Чтобы задать условие новой переменной, нажмите на кнопку **Edit**.

#### Целевая группа

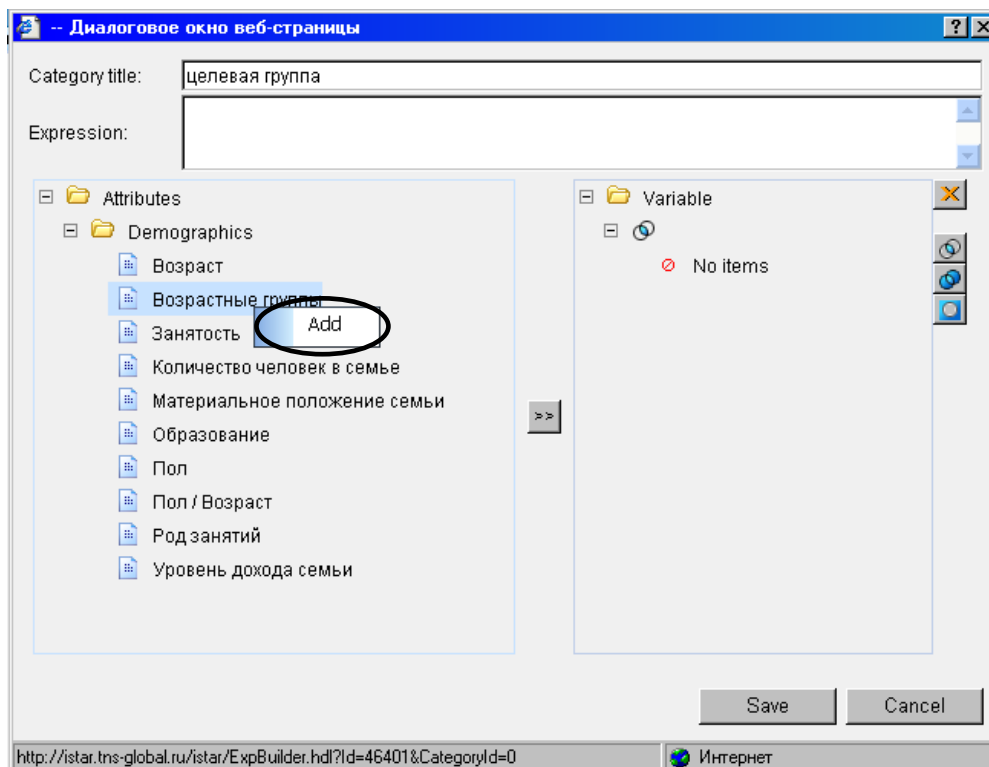
General		<b>Add new category</b>
<b>Title:</b> Целевая группа		
New category		<b>Edit</b> <b>Delete</b>
<b>Title:</b> New category		
<b>Structure:</b> ()		


Далее открывается диалоговое окно, которое разделено на две части:

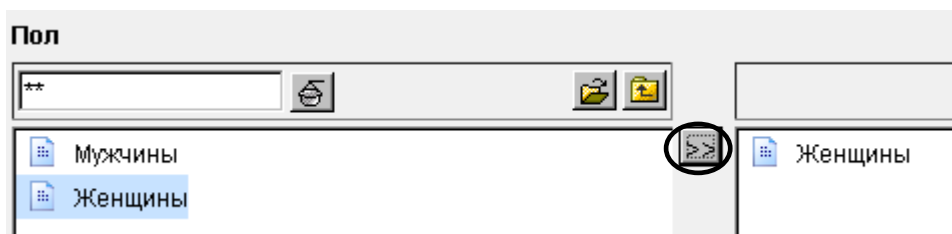
- слева – дерево переменных,
- справа – потенциальная структура новой переменной.

Задача пользователя – отобрать в дереве те признаки, которыми должна обладать нужная ему группа, и перенести их в правую часть окна.

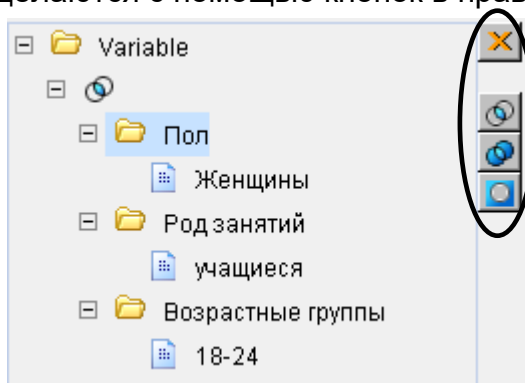
Для этого кликните по нужному признаку правой кнопкой мыши, нажмите на “Add”.






Добавьте одну / несколько категорий с помощью стрелки .



Когда все элементы создаваемой переменной отображены, их нужно связать друг с другом. Связки между признаками делаются с помощью кнопок в правом меню.



-  = AND (Логическое «и») Позволяет выделить группу людей, которые удовлетворяют обоим заданным условиям.
-  = OR (Логическое «или») Позволяет выделить группу людей, которые удовлетворяют хотя бы одному из заданных условий.
-  = NOT (Логическое отрицание) Позволяет выделить группу людей, которые не удовлетворяют заданному условию.

По умолчанию программа объединяет отображенные признаки через оператор “And”. Если стоит задача изменить / усложнить логическое выражение, можно воспользоваться кнопками правого меню.

---

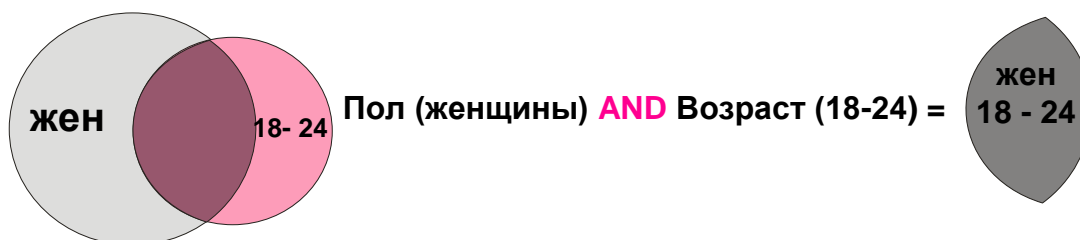
### Пример использования логических операторов

---



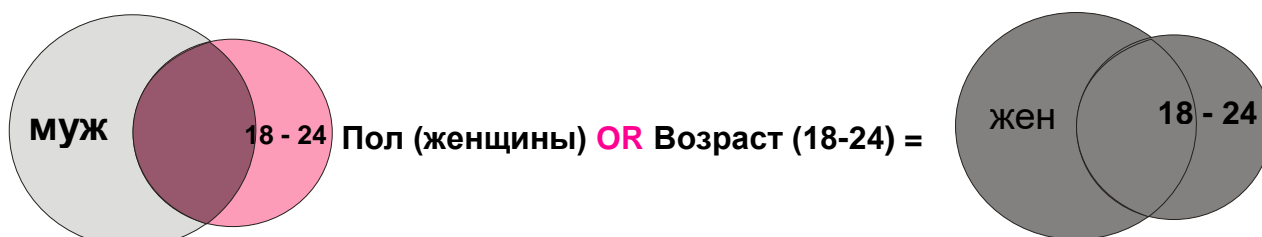
(логическое «и»):

Если необходимо, чтобы итоговая группа обладала и признаком «женщины», и признаком «возраст 18-24», используется оператор ‘AND’. В итоге получаем группу «женщины в возрасте 18-24».



(логическое «или»):

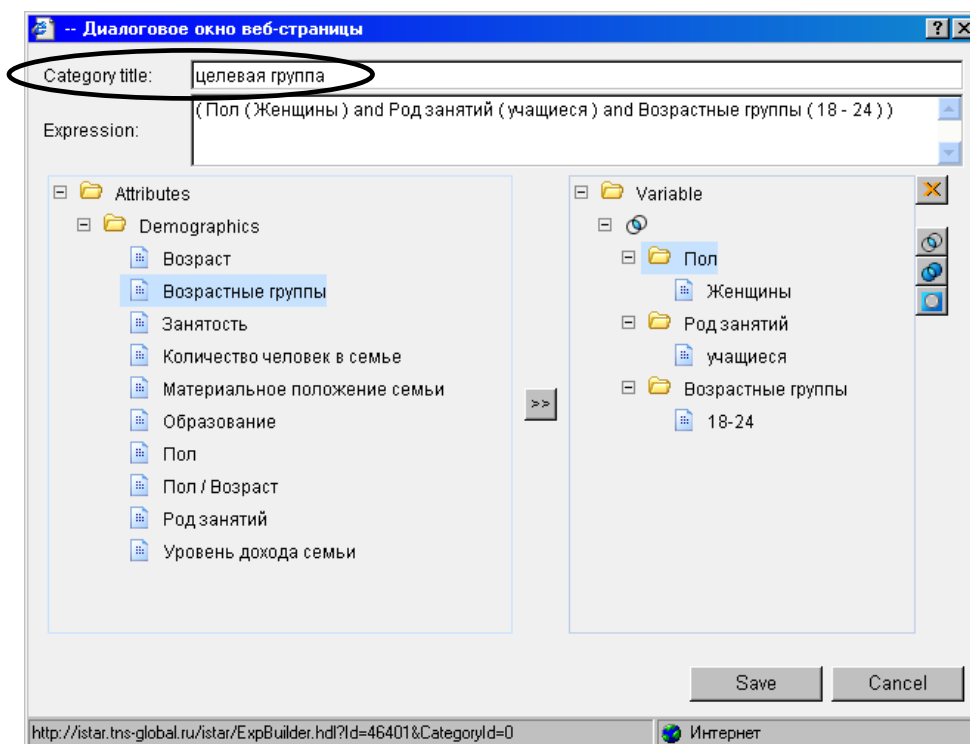
Если необходимо, чтобы итоговая группа обладала хотя бы одним из признаков: либо «женщины», либо «возраст 18-24», используется оператор ‘OR’. В итоге получаем группу «все женщины + все люди в возрасте 18-24 лет».



После того как условие новой переменной задано, назовите переменную в строке “Category title” и нажмите кнопку “Save”.

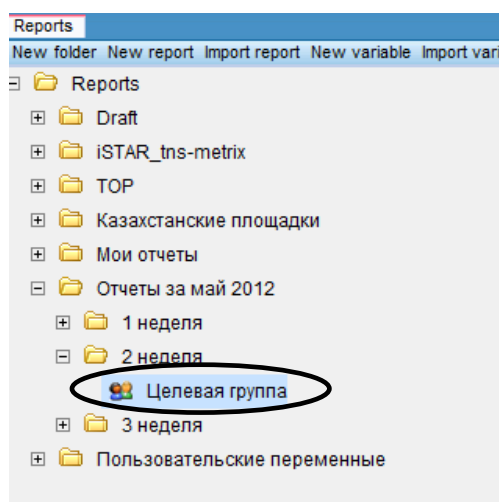
**Примечание:**

В том случае, если создаваемая переменная состоит только из одной категории, целесообразно в графе “Category title” задать то же название, которое было определено в графе “Title” на первом шаге построения.



Созданная переменная отобразится в дереве “Reports” (в левой части окна) и может быть использована в дальнейшей работе.

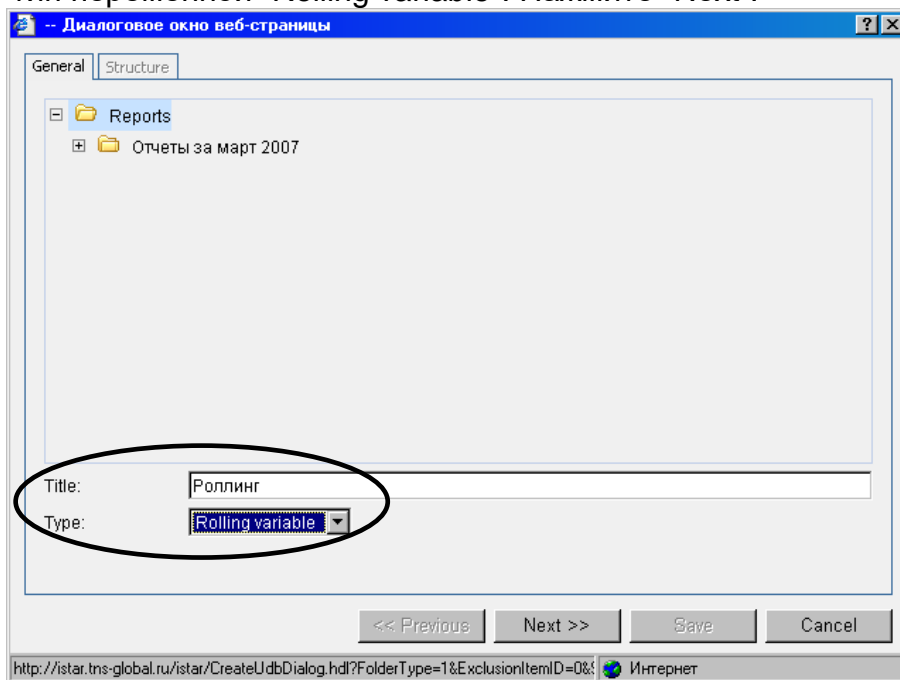
(Подробнее см. раздел «Добавление пользовательской переменной в отчет» стр.35).



## Роллинговые переменные

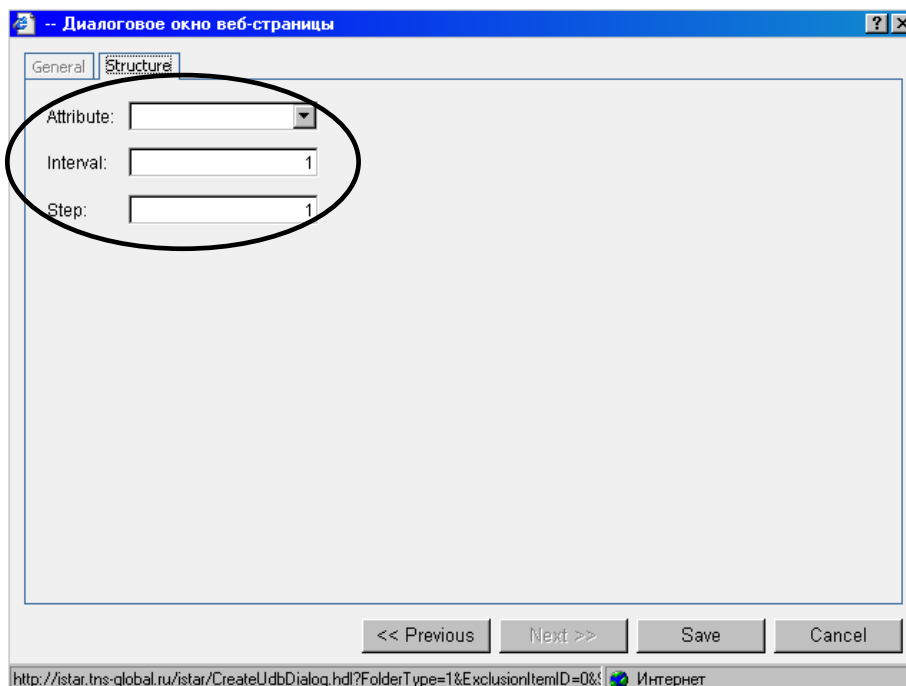
Роллинг – это схема построения динамики, при которой временные интервалы пересекаются друг с другом (например, [янв-фев],[фев-мар],[мар-апр]).

Для того чтобы построить роллинговую переменную, нажмите на кнопку **New variable** в верхнем меню кнопок. В дереве “Reports” выберите директорию, в которую планируется сохранить новую переменную. Введите название переменной в строке “Title”. В графе “Type” задайте тип переменной “Rolling variable”. Нажмите “Next”.



На следующем шаге необходимо задать:

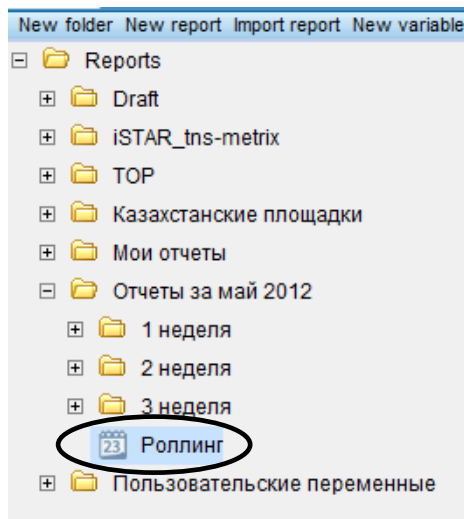
- атрибут (“Attribute”) – отрезок времени (неделя, месяц, квартал и др.)
- интервал (“Interval”) – количество отрезков в одном временном интервале
- шаг (“Step”) – отступ между двумя соседними временными интервалами



Например, если в отчете выбрать attribute = “month”, interval = 3, step = 1 будет создана роллинговая переменная - [янв-мар],[фев-апр],[мар-май].

Чтобы сохранить переменную, нажмите “Save”.

Роллинговая переменная отобразится в дереве “Reports” (в левой части окна) и может быть использована в дальнейшей работе.

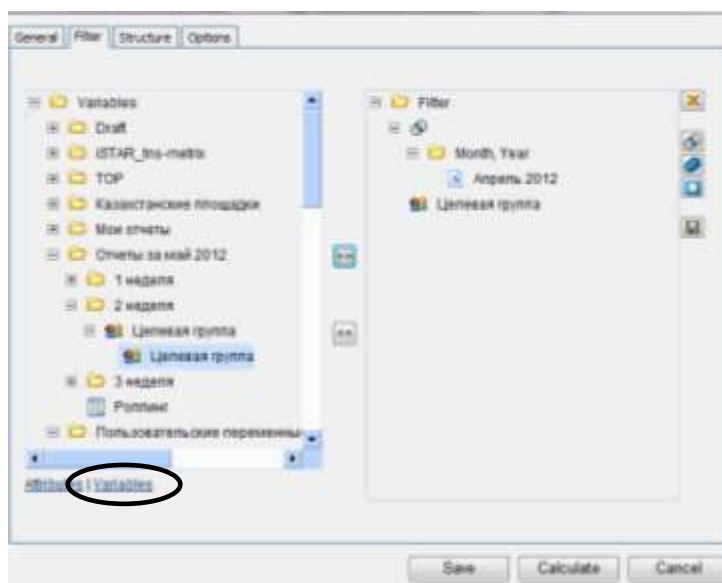


### ***Добавление пользовательской переменной в отчет***

Добавить пользовательскую переменную в отчет можно в качестве фильтра, в диалоге ‘Filter’.

Для этого нужно:

- открыть закладку “Variables” слева внизу,
- в списке переменных (слева) кликнуть правой кнопкой мыши по нужной переменной и нажать “Add”.

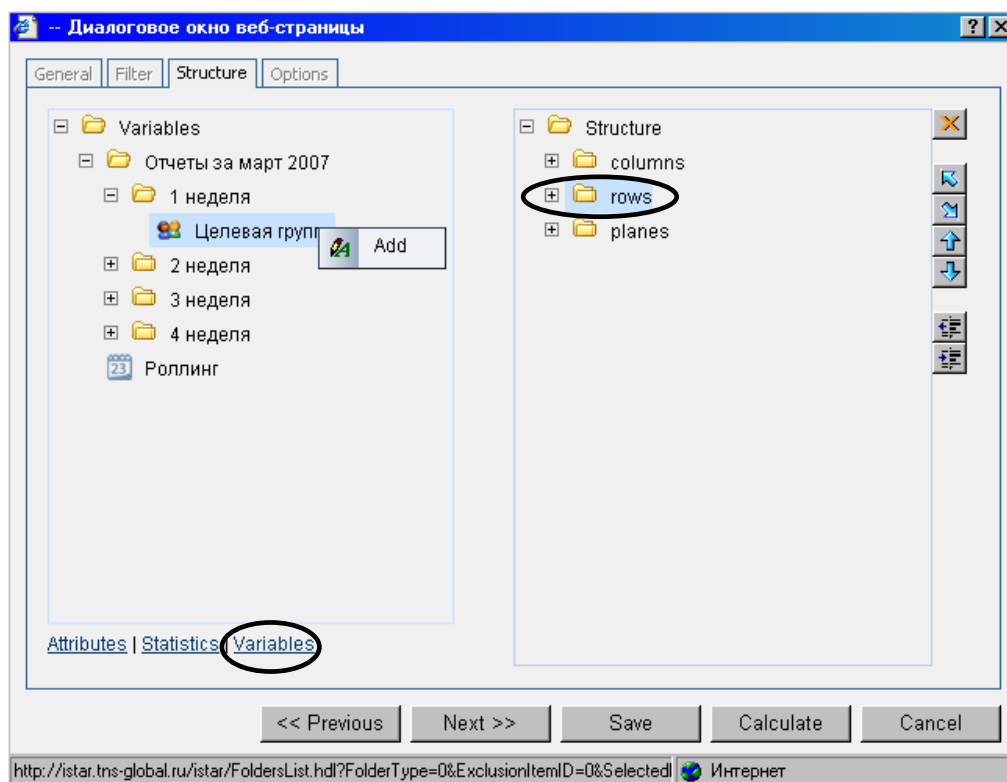


Так же пользовательские переменные можно добавлять на третьем шаге построения отчета в закладке “Structure”.

(Подробнее см. раздел «Принципы создания отчета» на стр. 13)

Для этого нужно:

- открыть закладку “Variables” слева внизу,
- в правой части окна выбрать ось таблицы (columns / rows / planes), куда планируется поместить переменную,
- в списке переменных (слева) кликнуть правой кнопкой мыши по нужной переменной и нажать “Add”.



Переменная будет добавлена на выбранную ось таблицы.

### Редактирование пользовательских переменных

Любую пользовательскую переменную (демографическую / роллинговую) можно отредактировать. Для этого нужно кликнуть два раза мышкой по названию переменной в дереве “Reports”. В правой части окна отобразится структура переменной, доступная для редактирования.

#### 23 Роллинг

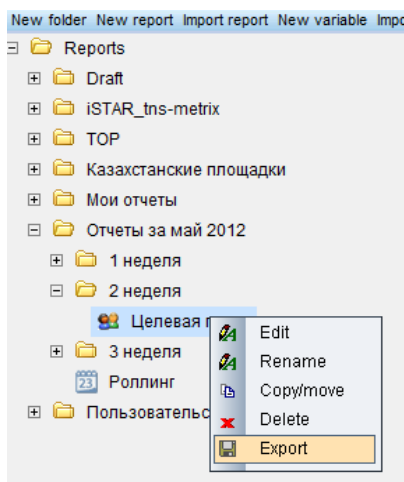
General		Edit
Title: Роллинг		
Structure		Edit
Attribute: Month, Year		
Interval: 3		
Step: 2		

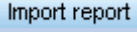
С помощью кнопки  можно изменить заданные условия.


### Экспорт / импорт пользовательских переменных

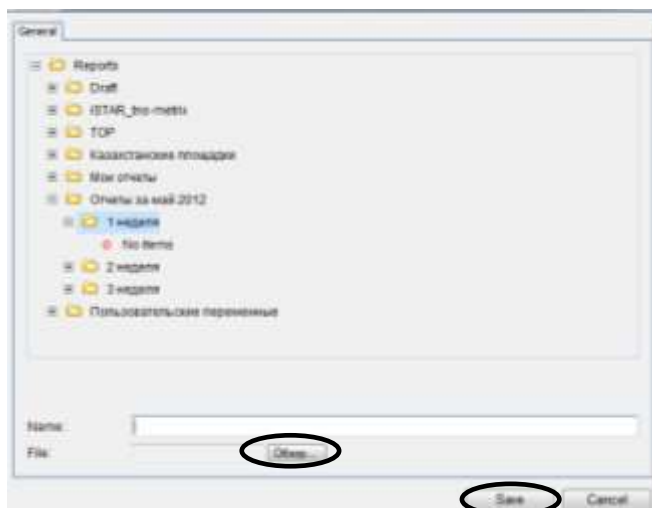
Эти функции удобно использовать в случаях, когда пользователям нужно обменяться друг с другом созданными переменными.

Для того чтобы экспортировать переменную, кликните по ней правой кнопкой мыши, выберите опцию “Export” и сохраните отчет на диске.



Для того чтобы импортировать переменную с диска, нужно кликнуть по кнопке  в верхнем меню.

Затем в открывшемся диалоге в дереве “Reports” выбрать директорию, в которую будет импортирована переменная. Далее - нажмите на кнопку  для обращения на диск. Выбрав нужный файл с расширением .xml, нажмите «Открыть» и затем – кнопку “Save”, чтобы сохранить переменную в дереве.



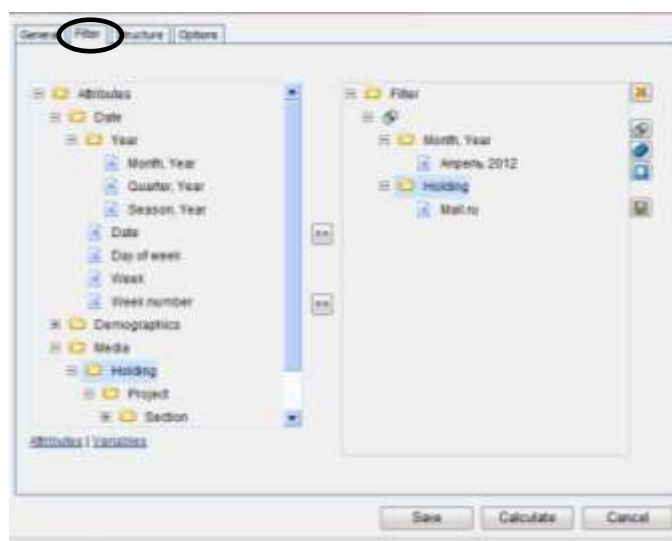
Примечание: Если стоит задача экспортировать отчет, который содержит пользовательские переменные, достаточно экспортировать сам отчет (см. раздел Экспорт / импорт отчетов» стр.28). Отдельно экспортировать пользовательские переменные не нужно.

## ПРИМЕРЫ ОТЧЕТОВ И ИНТЕРПРЕТАЦИИ СТАТИСТИК

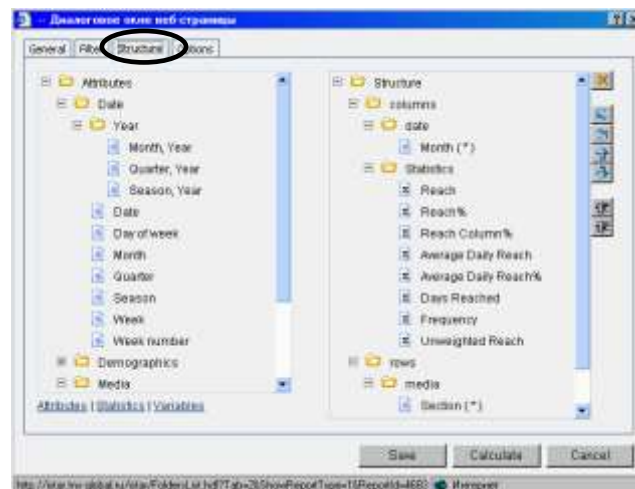
### Пример 1. Аудитория разделов интернет-проекта за месяц

Тип отчета: "Audience report"

Фильтр



Структура



		Апрель 2012							
		Reach	Reach%	Reach Column%	Average Weekly Reach	Average Weekly Reach%	Days Reached	Frequency	Unweighted Reach
Project (*)	Total	674.351	67.16	100.0	605.446	60.29	17.0	1463	976
	Mail.ru // Почта, внутренние страницы	663.601	66.09	98.4	582.782	58.04	14.7	275	952
	Mail.ru // Главная страница	637.266	63.46	94.5	533.995	53.18	14.1	93	930
	Mail.ru // Мой мир	626.111	62.35	92.8	524.344	52.22	13.1	989	903
	Mail.ru // Поиск	439.736	43.79	65.2	293.691	29.25	6.5	53	633
	Mail.ru // Новости	396.161	39.45	58.7	250.979	24.99	6.0	21	549
	Mail.ru // Ответы	349.747	34.83	51.9	167.554	16.69	3.0	7	485
	Mail.ru // Ролики	335.361	33.40	49.7	157.022	15.64	2.9	16	468
	Mail.ru // Игры	261.343	26.03	38.8	122.454	12.19	4.2	19	363
	Mail.ru // Леди	181.536	18.08	26.9	78.780	7.85	3.1	24	256
	Mail.ru // Погода	156.716	15.61	23.2	85.932	8.56	2.9	6	217
	Mail.ru // Дети	154.959	15.43	23.0	64.763	6.45	2.2	4	201
	Mail.ru // Афиша & ТВ-программа	134.634	13.41	20.0	55.955	5.57	2.2	9	188
	Mail.ru // Hi-Tech	117.185	11.67	17.4	36.478	3.63	2.0	6	143
	Mail.ru // Знакомства	115.276	11.48	17.1	66.697	6.64	5.5	560	152
	Mail.ru // Агент	114.687	11.42	17.0	37.322	3.72	1.3	3	204
	Mail.ru // Авто	110.680	11.02	16.4	41.819	4.16	2.4	9	211
	Mail.ru // Блоги	99.831	9.94	14.8	39.162	3.90	2.1	5	143
	Mail.ru // Открытки	91.289	9.09	13.5	39.564	3.94	2.0	29	157
	Mail.ru // Файлы	85.772	8.54	12.7	24.634	2.45	1.4	4	99
	Mail.ru // Здоровье	63.206	6.29	9.4	21.492	2.14	1.3	4	99
	Mail.ru // Работа	44.216	4.40	6.6	13.993	1.39	1.6	5	87
	Mail.ru // Рассылки (письма)	40.799	4.06	6.1	30.584	3.05	4.6	18	65
	Mail.ru // Путешествия	36.051	3.59	5.3	13.103	1.30	1.3	3	42
	Mail.ru // Товары	35.059	3.49	5.2	9.197	0.92	1.3	23	49

#### Пример интерпретации статистик:

Reach – 674.351 тыс казахстанцев в возрасте 12-54 зашли на сайт mail.ru хотя бы один раз за апрель, в том числе 663.601 тыс человек - зашли в раздел Почта, внутренние страницы.

Reach% - 67.16% населения Казахстана 100 000+ в возрасте 12-54 зашли на сайт mail.ru хотя бы один раз за апрель, в том числе 3.49% населения зашли в раздел Товары.

Reach Col% - 98.4% всей аудитории сайта mail.ru хотя бы один раз за апрель зашли в раздел Почта, внутренние страницы

Ave. Weekly Reach – в среднем хотя бы 1 раз в неделю в апреле раздел Почта, внутренние страницы посещали 582.782 тыс. казахстанцев в возрасте 12-54

Ave. Weekly Reach% - в среднем хотя бы 1 раз в неделю в апреле раздел Почта, внутренние страницы посещали 58.04% всех казахстанцев в возрасте 12-54

Days Reached – за апрель каждый посетитель раздела Почта, внутренние страницы заходил в этот раздел в среднем 14.7 дней (хотя бы один раз за день).

Frequency – за апрель каждый посетитель раздела Почта, внутренние страницы загрузил этот раздел в среднем 275 раза.

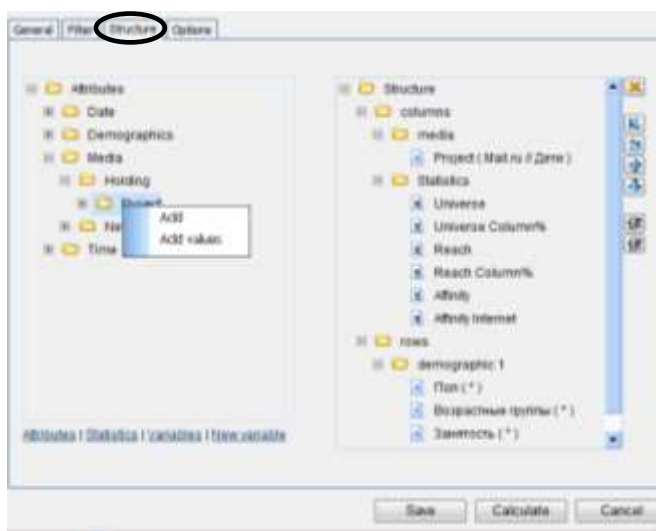
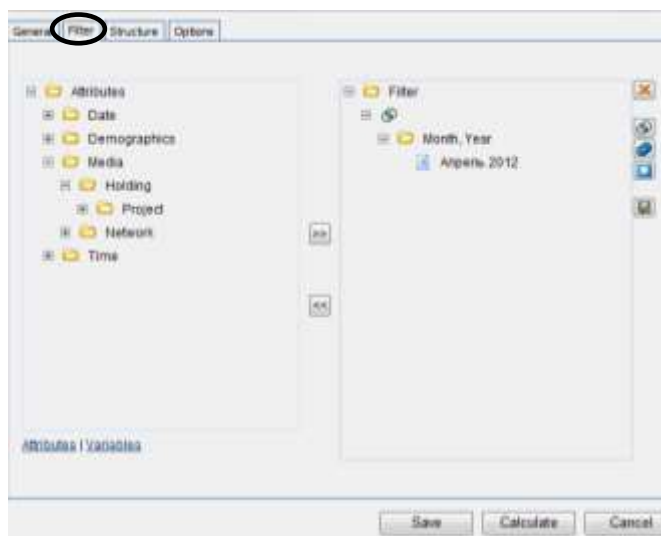
Unweighted Reach – 976 человек из панели зашли на сайт mail.ru хотя бы один раз за апрель, в том числе 952 человека - зашли в раздел Почта, внутренние страницы.

## Пример 2. Социально-демографическая структура аудитории сайта

### Тип отчета: “Audience report”

Фильтр

Структура



Итоговая таблица

		Total						Project ( Mail.ru // Дети )					
		Universe	Universe Column%	Reach	Reach Column%	Affinity	Affinity Internet	Universe	Universe Column%	Reach	Reach Column%	Affinity	Affinity Internet
Пол ( * )	Total	1004.16	100	673.945	100	100	100	1004.16	100	139.9	100	100	100
	Мужчины	471.7	47	323.993	48.1	102	100	471.7	47	41.192	29.4	63	61
	Женщины	532.46	53	349.952	51.9	98	100	532.46	53	98.708	70.6	133	136
Возрастные группы ( * )	Total	1004.16	100	673.945	100	100	100	1004.16	100	139.9	100	100	100
	12-17	97.72	9.7	68.665	10.2	105	100	97.72	9.7	7.507	5.4	55	53
	18-24	266.11	26.5	201.597	29.9	113	100	266.11	26.5	35.21	25.2	95	84
	25-34	258.79	25.8	181.613	26.9	105	100	258.79	25.8	36.832	26.3	102	98
	35-44	204.29	20.3	129.131	19.2	94	100	204.29	20.3	38.817	27.7	136	144
Занятость ( * )	45-54	177.25	17.7	92.94	13.8	78	100	177.25	17.7	21.534	15.4	87	112
	Total	1004.16	100	673.945	100	100	100	1004.16	100	139.9	100	100	100
	работает	539.21	53.7	386.344	57.3	107	100	539.21	53.7	76.665	54.8	102	96
	не работает	464.95	46.3	287.601	42.7	92	100	464.95	46.3	63.235	45.2	98	106

### Пример интерпретации статистик:

Universe – среди 1004.16 тысяч жителей Алматы в возрасте 12-54 - 471.7 тысяч мужчин и 532.46 тысячи женщин. Среди 1004.16 тысяч жителей Алматы в возрасте 12-54 работает 539.21 тысячи человек, 464.95 – не работает.

Universe Col% - из всех жителей Алматы в возрасте 12-54 - мужчины составляют 47% , а женщины – 53%. Среди всех алматинцев в возрасте 12-54, люди в возрасте 12-17 лет составляют 9,7% и т.д.

Из всех жителей Алматы в возрасте 12-54 работают 53.7%, не работают – 46.3%.

Reach – всего в апреле, хотя бы один раз, Интернетом пользовались 673.945 алматинца в возрасте 12-54. Среди них 323.993 тысячи мужчин и 349.952 тысяч женщин. На проект mail.ru // Дети в апреле, хотя бы один раз, зашли 139.9 тыс.чел. Из них 41.192 тыс. мужчин и 98.708 тысяч женщин.

Reach Col% - аудиторию проекта Mail.ru // Дети составляют 29.4% мужчин и 70.6% - женщины.

Affinity - показывает, насколько сод.-дем. группа представлена в аудитории интернет-проекта больше / меньше, чем в генеральной совокупности.

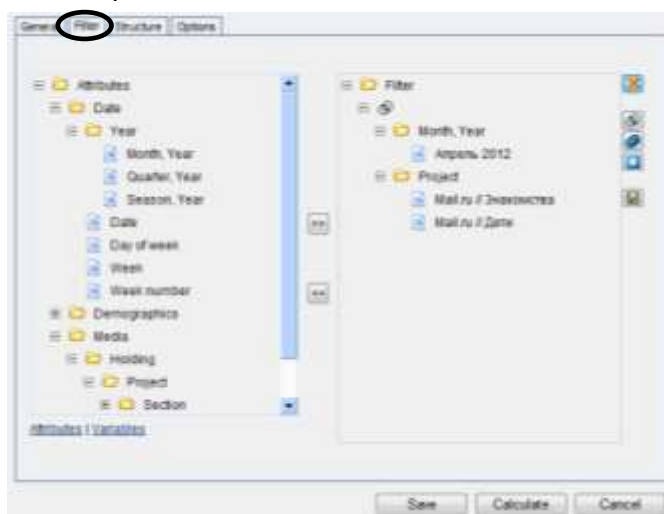
Индекс 133 для группы «женщины» в аудитории Mail.ru // Дети означает, что в аудитории Mail.ru // Дети женщин в 1.33 раза больше, чем в населении Алматы (12-54 лет). Этот показатель рассчитан следующим образом:  $\text{Reach Column\% Mail.ru // Дети (70.6)} / \text{Universe column\% (53)} * 100 = 133$ .

Affinity Internet - Показывает, насколько сод.-дем. группа представлена в аудитории интернет-проекта больше / меньше, чем в аудитории Интернета в целом.

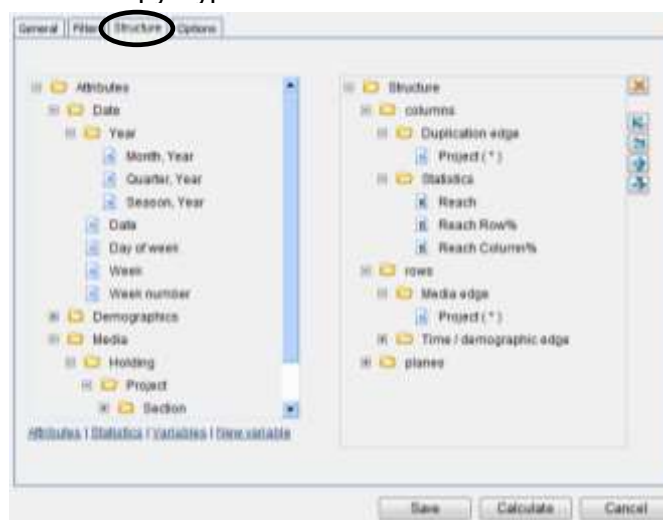
Индекс 144 для группы «35-44» в аудитории Mail.ru // Дети означает, что в аудитории Mail.ru // Дети людей в возрасте «35-44» в 1.44 раза больше, чем в аудитории Интернета. Этот показатель рассчитан следующим образом:  $\text{Reach Column\% Mail.ru // Дети (27.7)} / \text{Reach Column\% Total (19.2)} * 100 = 144$ .

### Пример 3. Пересечение аудиторий сайтов Тип отчета: “Duplication report”

Фильтр



Структура



Итоговая таблица

		Mail.ru // Знакомства			Project ( *) Mail.ru // Дети		
		Reach	Reach Row%	Reach Column%	Reach	Reach Row%	Reach Column%
Project ( *)	Mail.ru // Знакомства	115.276	100.0	100.0	38.645	33.5	24.9
	Mail.ru // Дети	38.645	24.9	33.5	154.959	100.0	100.0
	Total	115.276	49.8	100.0	154.959	66.9	100.0

Для того чтобы построить пересечение аудиторий сайтов, необходимо:

а) В закладке “General” - выбрать тип “Duplication report”.

б) В закладке “Filter” - ограничить отчет не только по периоду времени, но и по набору интернет-проектов, которые планируется пересекать друг с другом.

В данном примере: период – «апрель 2012»; интернет-проекты – “Mail.ru // Знакомства” и “Mail.ru // Дети”.

в) В закладке “Structure” нужно добавить атрибут медиа (Holding / Project / Section) с помощью кнопки “Add”. Атрибут медиа автоматически добавляется в строчки (rows) и столбцы (columns) таблицы.

#### Примечание:

Атрибут выбирается исходя из того, к какому типу относятся медиа носители, выбранные в фильтре. В нашем примере “Mail.ru // Знакомства” и “Mail.ru // Дети” относятся к типу “Project”.

#### Пример интерпретации статистик:

Пересечение: “Mail.ru // Знакомства” – в столбце, “Mail.ru // Дети” – в строке

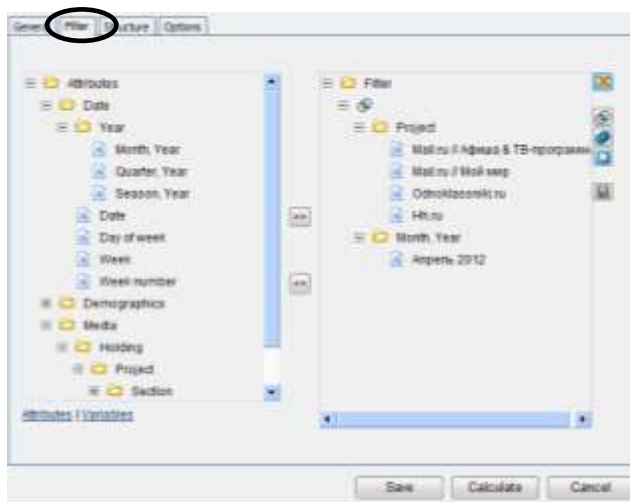
Reach – 38.645 тыс алматинцев в возрасте 12-54 зашли на оба проекта (Знакомства и Дети) хотя бы один раз за апрель.

Reach Row% - 24.9% посетителей Mail.ru // Дети заходили на Mail.ru // Знакомства

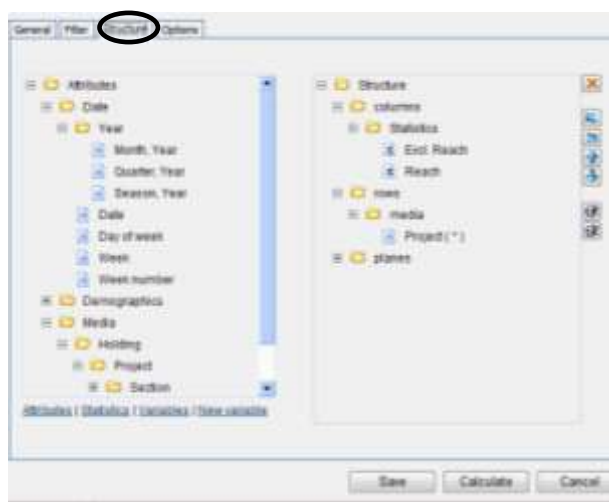
Reach Col% - 33.5% посетителей Mail.ru // Знакомства заходили на Mail.ru // Дети

**Пример 4. Эксклюзивная аудитория сайтов**  
**Тип отчета: "Audience report"**

Фильтр



Структура



Итоговая таблица

	Excl. Reach	Reach
Mail.ru // Афиша & ТВ-программа	0.5	134.634
Mail.ru // Мой мир	213.1	626.111
Odnoklassniki.ru	18.3	303.784
Hh.ru	8.0	116.489
Total	0.0	653.266

Для того чтобы построить эксклюзивную аудиторию сайтов, необходимо:

- В закладке "Filter" - ограничить отчет не только по периоду времени, но и по набору интернет-проектов. В данном примере: период – апрель 2012; интернет-проекты – Mail.ru // Афиша & ТВ-программа, Mail.ru // Мой мир, Odnoklassniki.ru, Hh.ru.
- В закладке Structure нужно добавить атрибут медиа (Holding / Project / Section) с помощью кнопки "Add".

Примечание:

Атрибут выбирается исходя из того, к какому типу относятся медиа носители, выбранные в фильтре. В нашем примере Mail.ru // Афиша&ТВ-программа, Mail.ru // Мой мир, Odnoklassniki.ru, Hh.ru относятся к типу Project.

Примеры интерпретации статистик:

Reach – 134.634 тыс. алматинцев в возрасте 12-54 зашли на проект Mail.ru // Афиша & ТВ-программа хотя бы один раз за апрель.

Excl. Reach - 0.5 тыс. алматинцев в возрасте 12-54 зашли на проект Mail.ru // Афиша & ТВ-программа, но не заходили на проекты Mail.ru // Мой мир, Odnoklassniki.ru, Hh.ru в течение апреля.

## 12. Контактная информация

В случае возникновения каких-либо вопросов, связанных с работой программы iSTAR или с использованием полученных данных, пожалуйста, свяжитесь со специалистами компании TNS Central Asia:

Тел. +7 (727) 347-05-03

E-mail: cs@tns-global.kz