**Informačné toky**

Informácie predstavujú základný a podporný zdroj marketingovej a podnikateľskej činnosti.

V systéme riadenia podniku aj marketingu tvoria informácie bázu, o ktorú sa opiera rozhodovací proces a riadenie.

V rámci MIS existujú informačné toky, ktoré zabezpečujú a umožňujú pravidelný chod všetkých činností v podniku.

**Medzi informačné toky z hľadiska marketingu patria :**

* **Tok marketing – účtovná databáza:** každá sortimentová položka sa musí zaviesť do účtovnej evidencie a musí mať svoju cenu, to isté platí aj pri vyradení produktu.
* **Tok marketing – technická príprava výroby:** marketing informuje úsek technickej prípravy výroby a technických zmenách produktu, o jeho zmenách v parametroch a o zmene obalu produktu.
* **Tok marketing – výroba:** zavádzanie zákaziek pre výrobu v závislosti a z hľadiska požiadaviek marketingu.
* **Tok marketing – oddelenie nákupu:** od objemu výroby bude závisieť aj nákup materiálu potrebného pre výrobu.
* **Tok marketing – oddelenie predaja:** marketing informuje predajný úsek o zaradení každej novej položky do výrobného sortimentu, odovzdáva pravidelne predajnému úseku zostavy o predaji a o zásobách v sortimentovom členení.
* **Tok marketing – ekonomický úsek:** marketing informuje úsek o pláne predaja, o potrebe finančných prostriedkov a o cenových zmenách.
* **Tok marketing – top manažment:** marketing predkladá vrcholovému vedeniu podklady pre rozhodnutia, ktoré sa dotýkajú stratégie podniku.

**Presnosť a včasnosť informácie umožňuje rýchle vyhodnocovať reakcie zákazníkov na ponúkané produkty.**

**Reakcia zákazníkov ovplyvňuje postavenie podniku na trhu.**