

Маркетингова информация — 12a

1. Същност на маркетинговата информация

Маркетинговата информация е данни и знания за пазара, клиентите, конкурентите и средата, които подпомагат вземането на решения. ★

Роля: Намалява риска, подпомага планирането, позиционирането, ценообразуването и оценката на кампании. ★

2. Източници на маркетингова информация

Вътрешни източници:

- Продажби, поръчки, фактури, CRM ★
- Финансови отчети и маржове ★
- Поддръжка и обратна връзка от клиенти ★

Външни източници:

- Официална статистика, панелни проучвания ★
- Социални мрежи и уеб анализ ★
- Конкуренти, дистрибутори, браншови доклади ★

3. Видове информация ★

По произход:

- **Първична** — събирана специално за целите на изследването ★
- **Вторична** — вече налична, събрана за други цели ★

По характер:

- **Количествена** — числа, измерими показатели ★
- **Качествена** — мнения, мотиви, нагласи ★

4. Методи за събиране ★

Количествени:

- Анкетиране (онлайн/офлайн) ★
- Експерименти и A/B тестове ★
- Панелни и омнибус изследвания ★

Качествени:

- Дълбочинни интервюта ★
- Фокус групи ★
- Наблюдение и етнографски методи ★

Комбиниран подход: Смесените методи дават по-пълна картина и валидират изводите. ★

5. Процес на маркетингово изследване ★

Етапи:

Дефиниране на проблема →

План на изследването →

Събиране на данни →

Анализ →

Изводи и препоръки

6. Маркетингова информационна система (MIS) ★

Компоненти:

- Вътрешни записи и отчети ★
- Система за маркетингово разузнаване ★
- Система за маркетингови изследвания ★
- Система за анализ и моделиране ★

Ползи:

- Бърз достъп до надеждни данни ★
- По-добри решения и прогнози ★
- Съгласуваност между отделите ★

7. Качество на данните

Критерий	Описание	Примери за мерки
Точност ★	Съответствие с реалността	Кръстосана проверка, валидиращи въпроси
Пълнота ★	Липса на пропуски	Задължителни полета, контрол на липсващи стойности
Навременност ★	Актуалност на данните	Честота на обновяване, автоматични източници
Съотносимост ★	Полезност към целите	Филтри по цели, KPI рамка

8. Етика и регулации ★**Основни принципи:**

- Съгласие и прозрачност при събиране на данни ★
- Минимизиране и сигурност на личните данни (GDPR) ★
- Без манипулиране на отговорите и резултатите ★

9. Анализ, визуализация и докладване

- Ключови показатели: осведоменост, намерение за покупка, NPS, дял на пазара ★
- Визуализации: линии, колони, пай, карти на топлина ★
- Инструменти: електронни таблици, BI платформи, уеб аналитика ★

10. Примерни приложения ★

- Оценка на нов продукт преди пускане ★
- Оптимизация на рекламни кампании ★
- Идентифициране на нови пазарни сегменти ★

11. Заключение

Обобщение: Ефективният маркетинг стъпва на качествена информация, систематично събирана, анализирана и етична. ★

Ключови моменти за запомняне: ★

- Използвай вътрешни и външни източници ★
- Комбинирай качествени и количествени методи ★
- Гради MIS за устойчив процес ★
- Грижи се за качество, етика и сигурност ★

Бележка: Обърни внимание на текстовете със звездичка (★) — често са част от проверка на знанията. ★