Маркетингова информация — 12а

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:

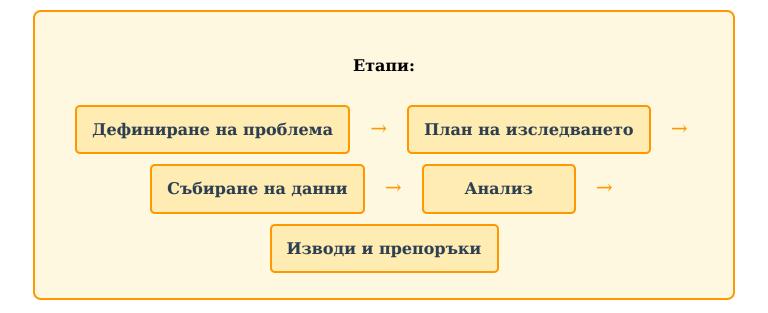
- Анкетиране (онлайн/офлайн) 🛨
- Експерименти и А/В тестове 🛨
- Панелни и омнибус изследвания 🖈

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 ★



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, КРІ 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, ВІ 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 (\star) — често са част от проверка на знанията. \star