Investigación de mercados y la Base de Datos

Qué es una base de datos?

- Conjunto de información que indica lo que los clientes compran, con que frecuencia compran y en que montos.
- Esta estructurada a través de in formación sobre transacciones reales que luego se disponen en orden cronológico para indicar la ocasión de compra.
- Emite un perfil de consumidores basados en datos frecuencias y montos de compra.

Qué es una base de datos?

- La información de la base de datos de marketing la generan los clientes por medio de;
- las facturas, tarjetas de garantía,
- Llamadas
- Proyectos de investigación de mercados y otras aplicaciones de sus datos

Beneficios

- Ofrece a la compañía la cartera completa de clientes que sirve para tomar decisiones sobre productos o marcas, asignación de recursos y acerca de las herramientas de comunicación.
- Mantener acercamiento con lo clientes

Beneficios y utilidad

- Con la información de la base e datos el proveedor sabe:
- Preferencias del cliente
- Necesidades latentes y deseos no satisfechos.
- Permite que los usuarios midan sigan y analicen los hábitos de compra de los clientes

Objetivos de la Base de Datos

- Mejorar la eficacia de la segmentación de mercados
- Aumentar la probabilidad de mantener compras repetidas
- Mejorar la venta y la eficacia de la publicidad en los medios.

Mejoramiento de datos

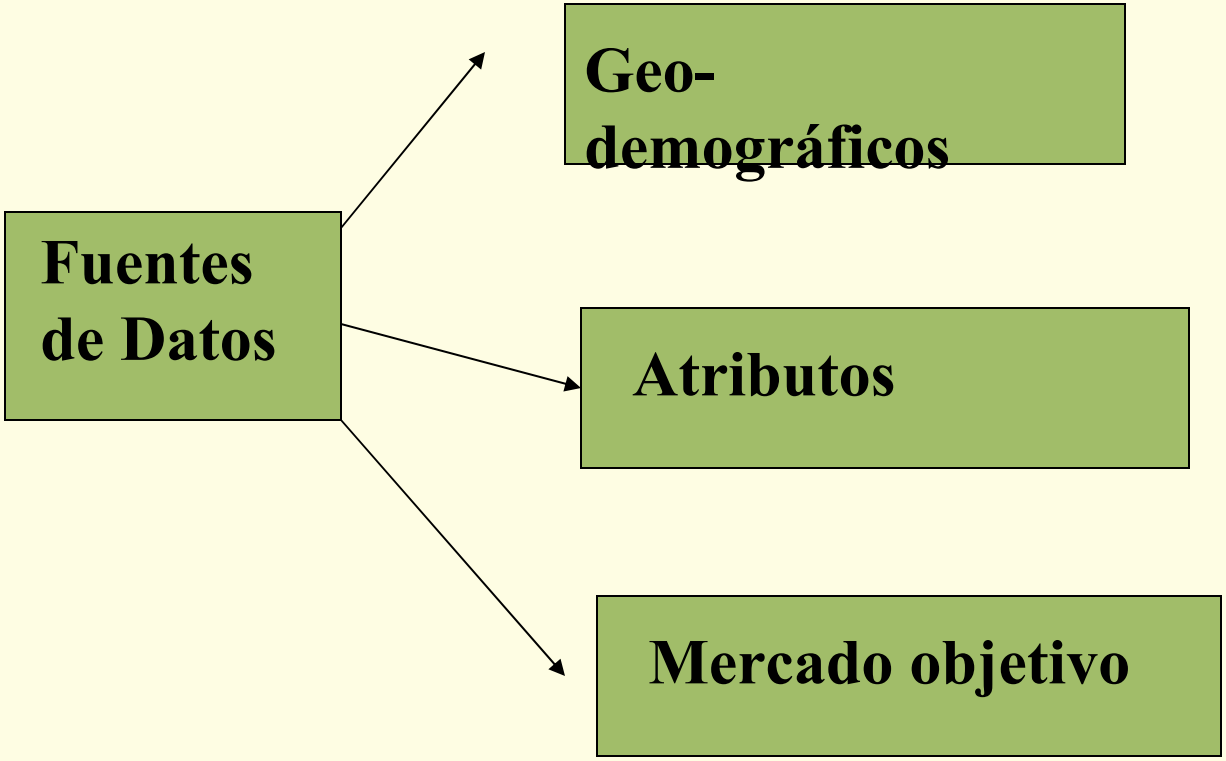
- Superposición o división de la información sobre los clientes nuevos o antiguos con la finalidad de determinar mejor su respuesta a los programas de marketing

3 Ventajas que ofrece el Mejoramiento de los datos

- Mas conocimiento de los clientes
- Aumentar la eficacia de los programas de marketing
- Pronosticar la respuesta a los cambios en los programas de marketing

Elaboración eficaz de una base de datos

- Tres dimensiones de una Base de Datos



Dinámica de la elaboración de la Base de Datos

- Es fundamental que la información que arroja la base de datos posea 4 características:
- 1. Afinidad: Deben reflejar usos anteriores de productos o servicios
- 2. Frecuencia: La información de la base de datos debe dar a los usuarios la capacidad de clasificar a los clientes por frecuencia de compra

Dinámica de la elaboración de la Base de Datos

- 3. Tiempo: pronosticador de tiempo entre compras
- 4. Monto: Saber cuanto le compra un individuo a la compañía, permite la calcificación de los clientes en grupos Ñ esporádicos, frecuentes y medianos.

Proceso de elaboración de una Base de Datos

Evaluación de las fuentes

- Evaluar la fuente de datos internas
- Evaluar la fuente de datos externas
  - Datos de la venta de la competencia, encuestas en el ramo, encuestas de la competencia informales gubernamentales, proyecciones históricas, estilos de vida, demográficas económicos, estilo de compras ,promociones de ventas
- Evaluación de las fuentes de datos personales

Reglas prácticas generales para la elaboración de la base de datos

- La profundidad: Número general de campos de datos o variables fundamentales que integran el registro de datos
- Anchura: numero total de registros que contiene la base de datos (también se llama tamaño de la muestra)

Tecnología ce como convertir datos en información

1. Campo de datos: Característica básica de un cliente
2. Tecnología de bases de datos: herramientas para transformar los datos en información. ACCESS

Tecnología ce como convertir datos en información

1. Sistema secuencial de base de datos: Datos organización en un esquema muy simple como una trayectoria vínculo o red.
2. Sistema relacional de base de datos: Estructura de una base de datos en forma de tablas con filas y columnas. Las tablas no los campos de datos se vinculan dependiendo de la salida deseada