

## **Изследване на маркетинговата и продуктова ефективност на информационната система MINICARDS**

През Януари 2001 г. в Амстердам е представена за първи път идеята за MINICARDS като нова информационна система и медия. Много от потребителите установяват, че “ MINICARDS са чудесна идея, красива и рационална”.

Днес MINICARDS могат да се намерят в 180 хотела на Амстердам, както и на 10 други различни места. Средно за година възможност да видят картите са 2,7 милиона гости на хотелите и над 1 милион хора, посещаващи другите обекти.

Целта на изследването е да се разбере до каква степен целевата група потребители използват системата MINICARDS и до колко са удовлетворени от това. С други думи, каква е маркетинговата ефективност за рекламодателите и каква е продуктова ефективност на мини картите за потребителите.

### **Изследването**

Изследването е с продължителност 7 седмици и е проведено от студенти от Икономически университет в Амстердам. Като метод за събиране на маркетинговата информация са предпочетени полеви интервюта, за които са изработени конкретни въпросници.

За да се постигне представителност на проучването и значимост на статистическите резултати, обемът на извадката е 250 потребители.

За да се направи акуратен профил на потребителите на MINICARDS, интервюта са проведени сред посетителите на 18 хотела в Амстердам. Хотелите са представителна извадка от всички хотели, където се предлагат MINICARDS.

### **Цел**

Целта на изследването е да се придобие детайлна представа за ефективността на информационната система MINICARDS. Двайсетте въпроса от анкетата са в следните направления:

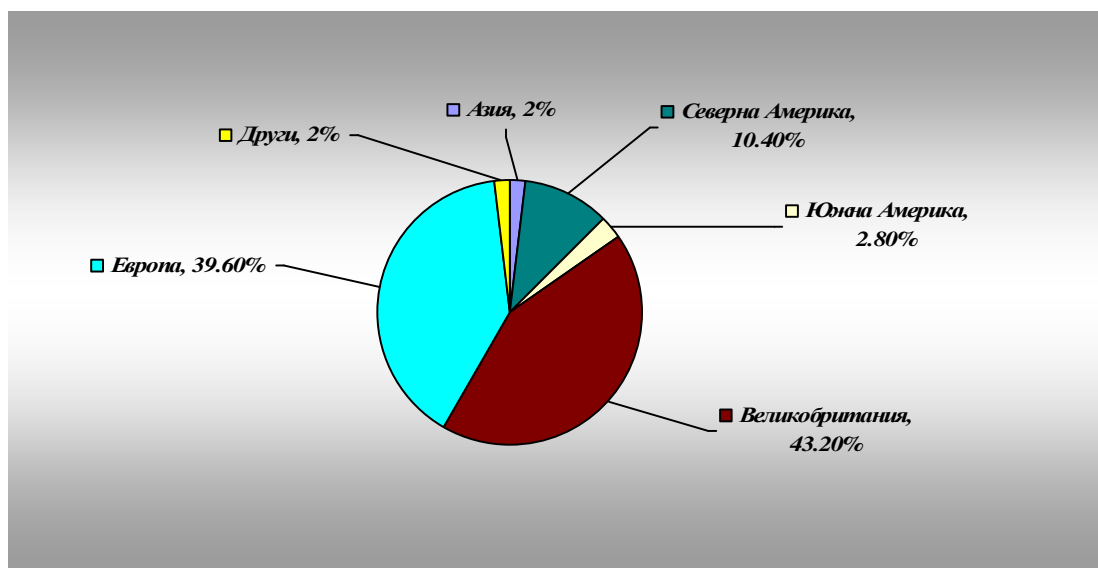
- Потребителски профил
- Потребление на продукта MINICARDS
- Оценка за продукта MINICARDS



## Резултатите

### *Потребителски профил*

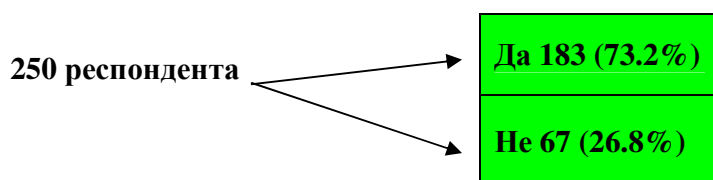
На графиката по-долу се вижда, че по-голямата част от респондентите са от Германия и Великобритания. Средната възраст на анкетирания е 35.5 години, и средно престоят им в хотелите е бил 3.09 нощи.



Графика 1 Процентно разпределение на респондентите от различните страни

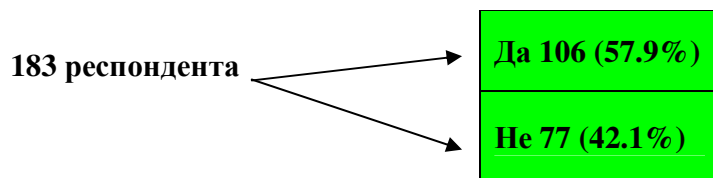
### *Потребление*

От изследването се установява, че 72.2 % от респондентите са видели MINICARDS в хотела.



Фиг. 1 Брой на респондентите видели "Minicards"

От 183 хора, видели MINICARDS, 60 % са взели по една миникарта или няколко от тях. Средно всеки от тях е взел около 5.05 картички.



### **Фиг. 2 Брой на респондентите взели една или повече мини картички**

От всички 106 респондента, които са взели MINICARDS, 82.2 % в действителност са посетили един или повече от обектите, рекламиращи в MINICARDS. Благодарение на информацията от MINICARDS една четвърт от респондентите са посетили обекти, различни от предварително планираните.

По-голяма част от картичките съдържат процент отстъпка от цената на стоките или услугите на рекламодателя. Една трета от хората, които са посетили музей, магазин или ресторант са използвали MINICARDS, за да получат тази отстъпка. Две трети от хората са задържали картичките за себе си.

Всяка една от MINICARDS съдържа web сайта на рекламодателя. Установено е, че 41.5 % от респондентите посещават един или няколко от посочените сайтове, когато се приберат у дома. Около 70 % от респондентите, взели една или няколко MINICARDS, възнамеряват да ги вземат със себе си у дома. Те смятат, че картичките са чудесен сувенир или възнамеряват да ги дадат на приятели или роднини.

### ***Оценка на продукта***

Почти всички от респондентите са доволни от информацията, посочена в MINICARDS, а 84 % от респондентите са разчели правилно информацията на картата.

Фигура 3. показва, че MINICARDS, след туристическите справочници, са рекламната медия, използвана най-много в хотелите.

Информационен източник	Брой споменати пъти	% от 250
Туристически справочници	110	44
Мини карти	85	34
Интернет у дома	78	31.2
Брошури в хотела	70	28
Други	68	27.2
Информация от рецепционистите	47	18.8
Туристически бюра за информация	19	7.6
Хотелската книга в стаята	17	6.8
Списания в хотелската стая	13	5.2
Интернет в Амстердам	7	2.8
Общо	514	100

**Фиг. 3 Използвани информационни източници**

### *Заклучение*

От изследването става ясно, че MINICARDS очевидно заемат челно място като източник на информация за туристите.

Продуктът MINICARDS е често използван и създава позитивна нагласа към информацията, която носи.

Потребителите са доволни от практичността на MINICARDS, както и от факта, че въпреки малкия си размер, те съдържат цялата необходима информация, за да бъде посетена рекламираната забележителност, културен обект или заведение.

Изводът, който се налага отнаправеното изследване е, че маркетинговата ефективност на MINICARDS е висока. Те са предпочитан метод от рекламодателите за популяризиране на продукти или услуги.

Първо, защото предоставят висока степен за покритие на целевата им аудитория.

И второ, защото продуктовете ефективност е добра, тъй като MINICARDS отговарят на потребителските нужди.