

يتألف نظام المعلومات التسويقي من أربعة عناصر رئيسية: المدخلات، والمعالجة، والمخرجات، والتغذية العكسية. تُشكل المدخلات، المُستمدة من مصادر داخلية وخارجية، المادة الخام للنظام. وتشمل المعالجة تصفية، غربلة، فهرست، وتخزين البيانات، بالإضافة لإعداد التقارير وتحديثها باستمرار، وذلك باستخدام الحاسوب، البرمجيات، وقواعد البيانات. أما المخرجات، فهي معلومات مُعالجة ذات دلالة تساعد صناع القرار. أخيراً، تُقيّم التغذية العكسية فعالية المخرجات، وتُحدد الحاجة لإعادة النظر في المدخلات، المعالجة، أو المخرجات نفسها لتحسين الأداء، وضمان ملائمة المخرجات لأهداف النظام.