

REINGENIERÍA DEL DEPARTAMENTO DE MERCADOTECNIA

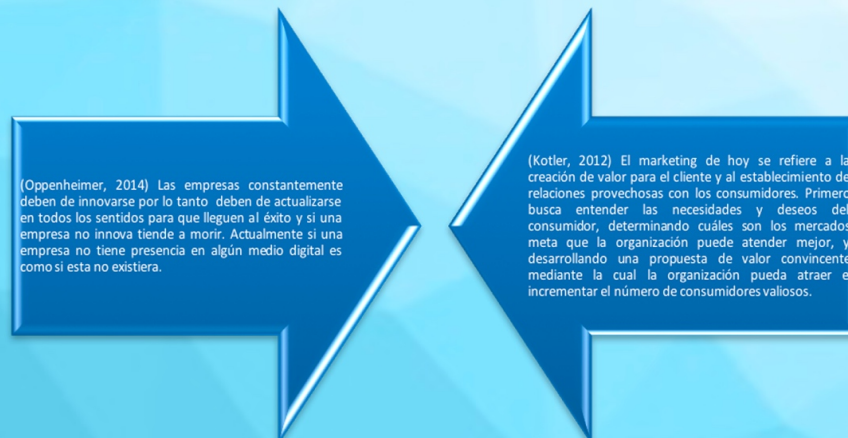
Delia Jhoseline Espino Barragán, Cecilia León Tejeda

Abstract:

La empresa de venta de polipastos, ubicada en la colonia Belisario Domínguez en Puebla, tuvo un abandono del departamento de mercadotecnia, lo cual provocó que se perdiera el seguimiento de diversos proyectos, principalmente, de posicionamiento de mercado; como consecuencia de ello la empresa presentó una disminución considerable en su cartera de clientes, prospectos e ingresos, dando paso a una pequeña crisis económica en la entidad.

El estudio tuvo como objetivo la realización de la reingeniería del departamento de mercadotecnia para incrementar las ventas y mantenerse en la mente de los clientes, utilizando estrategias y planes de trabajo, así mismo, estableciendo estrategias mercadológicas para dar seguimiento a campañas publicitarias inconclusas, mediante el uso de redes sociales.

Estado del conocimiento:



Conclusiones y Recomendaciones:

Por medio de la reingeniería del departamento de mercadotecnia la empresa pudo prospectar nuevos clientes e incrementar notablemente sus ventas. La implementación de las estrategias y el uso de redes sociales trajo consigo ganancias superiores a las esperadas.

Hoy en día, la empresa es líder en la venta de polipastos en la ciudad de Puebla México.

Se recomienda ampliamente que las empresas incursionen en medios digitales (páginas web y redes sociales), puesto que, con un bajo presupuesto los resultados son satisfactorios y otorgan utilidades considerables.