

INTRODUCCIÓN

Actualmente las empresas en general se enfrentan con mas competencia por la aparición de diversos negocios que se han aunado en los últimos años, los tiempos son mas difíciles para la supervivencia de los negocios, ya no es suficiente vender, ahora hay que ser mas agresivos, hay que promocionar productos, planear estrategias de mercadotecnia. El mercado eléctrico no es la excepción; por esta razón es fundamental la puesta en marcha de esta propuesta de mercadotecnia para Casa Eléctrica la Bombilla.

Es importante mencionar que esta propuesta está estructurada y elaborada para cumplir con los requerimientos actuales que necesita Casa Eléctrica La Bombilla, de acuerdo a la bibliografía seleccionada de autores especialistas en la materia que se utilizó, así como también de la aplicación de una encuesta, para cumplir el objetivo principal, que es aumentar el volumen de clientes trayendo como consecuencia más ventas.

La disertación, no obstante esta dirigida a Casa Eléctrica La Bombilla, presenta todos los pasos a seguir para la elaboración de un programa de mercadotecnia, de manera tal que contiene la información adecuada para que cualquier persona del área de ventas, que guste de actividades de mercadotecnia y promoción, lo lleve acabo.