



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS

**“PROPUESTA DE UNA ESTRATEGIA DE MARKETING BASADA EN CRM
PARA LOGRAR LA FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES EN LA EMPRESA
DETALLES MELDAY, 2013.”**

Para Optar el Título Profesional de Licenciado en Administración

Autores:

Bach. Alcocer León, Orlando Arturo

Bach. Feria Hernández, Melissa Dalila

Pimentel, Julio del 2014

RESUMEN

La empresa Detalles Melday está constituida como persona natural, tiene existencia en el mercado en el 2010 y el objeto social de la empresa es la venta de detalles para todo tipo de ocasión (cumpleaños, aniversarios, nacimiento, etc.). En esta nueva era de los negocios nos encontramos en una situación de incertidumbre y desconfianza, es por ello que las empresas experimentan con innovar herramientas de marketing y ventas para satisfacer las necesidades de los clientes cada vez más exigentes. En el estudio de la empresa se encontró como problema ¿cómo lograr la fidelización de los clientes de la empresa Detalles Melday? Con lo analizado anteriormente hemos observado la deficiencia con la que la empresa cuenta, la cual es el bajo nivel de ventas del negocio; como finalidad se va a proponer una estrategia de marketing basada en CRM para lograr la fidelización de los clientes.

El método que se aplicará en la presente investigación es cualitativo – Ordinal y cuantitativo – discreta, se aplicara la técnica de la encuesta aplicada a 80 clientes de la empresa y se analizará estadísticamente mediante el software SPSS, lo cual nos dio como resultado, que nuestros clientes necesitan saber más de la tienda por medios de publicidad ya sea vía internet o volantes, con la finalidad de que los clientes obtengan más información sobre los productos que ofrece la empresa. Se puede concluir que el mayor porcentaje de clientes necesitan más facilidades de compra y que el retorno de los clientes es de bajo nivel es por ello que se recomienda utilizar una estrategia de CRM a través de un software tanto como para promocionar el producto y obtener más información de los clientes en gustos y preferencias.

ABSTRACT

The company consists Details Melday as an individual in the business, has no existence in the market in 2010 and the corporate purpose of the company is selling details for every occasion (birthdays, anniversaries, birth, etc.). In this new era of business we are in a situation of uncertainty and mistrust, which is why companies are experimenting with innovative sales and marketing tools to meet the needs of increasingly demanding customers. In the study of the company was found as a problem how will achieve customer loyalty Company Details Melday? In the previous analysis we can observe the deficiency with which the company has, which is the low level of business sales, which is why we are going to propose a marketing strategy based CRM to achieve customer loyalty.

The method applied in this research is qualitative - Ordinal and quantitative - discrete technique survey of 80 enterprise customers and statistically analyzed using SPSS software, which gave us important result as applied to our customers need to know more about the advertising media store either via internet or flyers, in order to give customers more information about the products offered by the company. It can be concluded that most clients need more ease of purchase and return of customers is low is why it is recommended to use a CRM strategy through a software as well as to promote the product and more customer information in tastes and preferences.