



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela Académico Profesional de Administración

Tesis

**ESTRATEGIAS CRM Y LA FIDELIZACIÓN DE
CLIENTES EN ZS MOTORS S.A.C. ZONGSHEN -
CHICLAYO**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

Autoras

Bach. García Martínez Cynthia Paola
Bach. Segura Camacho Stephany Lissette

Pimentel, 07 de Diciembre del 2015

Resumen

En esta nueva era de la globalización de mercados, las empresas más competitivas a nivel mundial saben que el verdadero motor del negocio, y de su permanencia en el mercado, es el cliente; es por ello que se aplica el CRM (Customer Relationship Management) como una estrategia de negocio que les ayuda a aumentar sus utilidades, teniendo como protagonista principal al cliente. Esta estrategia tiene por objetivo el captar, atender y mantener una relación duradera y fidelización de sus clientes; identificando, comprendiendo y satisfaciendo sus necesidades.

Por lo que se propone las estrategias CRM para mejorar la fidelización de clientes de la empresa. El objetivo principal de este estudio es proponer estrategias CRM para mejorar la fidelización de clientes de ZS MOTORS S.A.C. ZONGSHEN - Chiclayo, en donde se realizó un estudio de tipo descriptivo-propositiva, con un diseño transversal – No experimental; teniendo en cuenta que la muestra obtenida es 200 personas. De los cuales mediante una encuesta realizada se han extraído resultados como la falta de información sobre los cambios en los servicios y la falta de conocimiento de la variedad de productos y servicios que ofrece la empresa. Es por ello que se concluye que el nivel de fidelización de ZS MOTORS S.A.C. ZONGSHEN no es tan elevada.