



Título:

IMPLEMENTAR EL CRM PARA FIDELIZAR AL CLIENTE EN LA EMPRESA RALLY SAC, DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR 2014.

Autores:

- MALLQUI DEL CASTILLO CYNTHIA NOEMI.
- ZAVALA PEÑA KELVIN KADU.

Fecha: 2015

RESUMEN

En el estudio determinamos la situación problemática, la fidelización del cliente con los socios de Rally S.A.C, a partir de ello se formuló el siguiente problema: ¿Qué efectos produce la implementación del CRM para fidelizar a los clientes de RALLY S.A.C – 2014? En la justificación determinamos que es pertinente porque identificamos que se debe mejorar la fidelización de los clientes y posee Relevancia Social porque pretende ser una contribución para mejorar la vida de los colaboradores.

A sí mismo la hipótesis alterna es: Si se implementa el CRM entonces se fidelizara a los clientes de la empresa RALLY SAC-2014. El objetivo de la investigación es: Comprobar los efectos de la implementación del CRM para fidelizar a los clientes de en la empresa RALLY S.A.C -2014.

En el contexto de la investigación, el diseño es PRE – EXPERIMENTAL, este tipo de diseño consiste en administrar un tratamiento o estímulo en la modalidad de pre prueba – pos prueba; donde el tipo de investigación del estudio es: Descriptivo – Explicativo. La población está conformada por 60 colaboradores, donde la muestra consta de 30 colaboradores a los cuales se aplicaron los cuestionarios. En la prueba de hipótesis el grado de significación de las variables es 0.00, concluyendo que: Si se Implementa el CRM mejora la fidelización en la empresa RALLY S.A.C -2014.

PALABRAS CLAVE: CRM, Fidelizar Clientes