

**FACULTAD INGENIERÍA
PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
PREGRADO INGENIERÍA INDUSTRIAL
BOGOTÁ D.C.**

LICENCIA CREATIVE COMMONS: Atribución No Comercial Sin Derivadas

AÑO DE ELABORACIÓN: 2016

TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA AL SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA INVERA A TRAVÉS DE LOS PRINCIPIOS DE LA HERRAMIENTA CRM

AUTOR (ES): Murcia Castañeda Rosalba

DIRECTOR(ES)/ASESOR(ES): Guevara Chacón Luz Mery

MODALIDAD: Práctica Empresarial

PÁGINAS: 44 **TABLAS:** 4 **CUADROS:** 0 **FIGURAS:** 5 **ANEXOS:** 2

CONTENIDO:

INTRODUCCIÓN

1. GENERALIDADES

2. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL EN CADA UNA DE LAS ÁREAS DE LA EMPRESA RESPECTO A LA COMUNICACIÓN Y SEGUIMIENTO AL CLIENTE CONCLUSIONES

3. PROPUESTA DE SERVICIO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTE A TRAVÉS DE LOS PRINCIPIOS DE LA HERRAMIENTA CRM QUE PERMITA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE.

4. COSTO DE LA REALIZACIÓN DE LA MEJORA AL MODELO DE SEGUIMIENTO AL CLIENTE EN LA EMPRESA INVERA RESEARCH, Y LA IMPLEMENTACIÓN DE LA MISMA DENTRO DE LA EMPRESA.

5. CONCLUSIONES

6. RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

DESCRIPCIÓN: Obtener un buen lugar en la participación en un mercado se ha convertido en un reto para las compañías que generan la búsqueda de nuevos conceptos que permitan mantener la competitividad. Inicialmente se realizó un diagnóstico de cómo era el seguimiento al cliente dentro de la empresa a través de entrevistas personales a los jefes de área, posteriormente se generaron los diagramas de proceso a cerca de la comunicación con el cliente que tienen cada una de las áreas, y así se diseñó el formato de ingreso de información que es necesario recolectar para hacer control y análisis de la comunicación con el cliente y finalmente se analizan los costos que implicarían el cambio al SGI.

METODOLOGÍA: Estudio de orden descriptivo con dos tipos de fuentes informativas primarias a través de entrevistas a jefes y analistas que intervienen en la operación de la empresa y relación directa con el cliente.

PALABRAS CLAVES: CRM, CLIENTE, GESTIÓN, SGI

CONCLUSIONES:

- La empresa invera research cuenta con un aplicativo dónde se registra información importante del cliente, ejecución del proyecto y los resultados obtenidos, adicional evalúa la satisfacción del cliente pero en cuanto a la fidelización y postventa no cuenta con un control el cual mejora la imagen de la empresa y por consiguiente su rentabilidad.

- Con el diligenciamiento organizado y total de la información se podrá tener control de cada uno de los aspectos relevantes en el momento de entablar una relación comercial con un cliente externo y así mismo actuar de manera oportuna cuando se presente algún inconveniente.

FUENTES:

BASTOS, Ana Isabel. Fidelización del cliente. 1ra Edición. España. Ideas propias Editorial, 2006. P.13.

BARROSO, Carmen. Marketing Relacional. 1ra Edición. España. ESIC Editorial, 1999. P.30
CATARINA, Diseño de una estrategia tecnológica de Customer Relationship Management (CRM) para la empresa. Udlap. México.2002

CURRY, J. y CURRY, A (2002). CRM: Cómo implementar y beneficiarse de la gestión de las relaciones con los clientes. España: Gestión 2000

GALVEZ Medina, Camilo, trabajo de grado estudio de implementación del modelo de CRM (Customer Relationship Management) en las lavanderías bogotanas de la localidad de Usaquén estrato 6, universidad de la sabana, 2007

GARCÍA, Ignacio. CRM Gestión de la Relación con los clientes. 1ra Edición. España. Editorial Fundación Confemetal, 2001. P.13

MARTÍNEZ, Emigdio. 2001. Gerencia de Clientes: Estrategias de Marketing para la Fidelización de Clientes. Fecha de Consulta: 11 de agosto de 2015. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos21/marketing-relacional-crm/marketing-relacional-crm.shtml>

MENDOZA Álvaro, 2015. ¿Por qué se pierden los clientes? Fecha de Consulta: 08 de agosto de 2015. Disponible en internet. <http://mercadeoglobal.com/blog/porque-se-pierden-los-clientes/#comments>

LISTA DE ANEXOS:

ANEXO A. FORMATO DE ENTREVISTA

ANEXO B. DISEÑO DE LOS MÓDULOS PROPUESTOS PARA COMPLEMENTAR EL SEGUIMIENTO DEL CLIENTE ACTUAL.