

RESUMEN

El presente trabajo consiste en la presentación de una Propuesta de Fidelización de Clientes a través de Estrategias de Marketing para lograr la Retención de Clientes e incremento de Ventas para la Empresa Komunikt, a nivel nacional, para un plazo de cuatro años, a partir del 2015. El mismo está conformado por siete capítulos, el cual inicia con una breve introducción del trabajo realizado, los antecedentes de la empresa COMUNIKT, un análisis situacional para conocer el análisis externo que repercute en las actividades de la empresa presentándose como oportunidades y amenazas, y un análisis interno necesario para conocer las debilidades y fortalezas de la misma. También se desarrolla un estudio de mercado a los clientes en sus dos categorías: post pago y prepago para conocer la calificación que dan al servicio recibido y a los productos que se comercializan en la empresa. Se procede a desarrollar la Planificación Estratégica de Marketing, donde se desarrollan las estrategias y se revisa la Filosofía Corporativa para luego desarrollar el Marketing Mix - Perspectiva tradicional (4P's), el Marketing Mix- Perspectiva Actual (4C's), el Plan de Medios, el Plan operativo Anual (POA) y el Programa de fidelización de clientes. Finalmente se realizó el análisis financiero, para conocer la rentabilidad de la Propuesta de Fidelización de Clientes obteniendo un Valor Actual Neto alto, una Tasa Interna de Retorno muy atractiva, una relación Beneficio Costo muy aceptable y un Período de Recuperación corto, con lo cual se demuestra la rentabilidad de la aplicación de la propuesta. Se espera que este plan sea aplicado cuanto antes, para lograr fidelizar a los clientes con su satisfacción en todo lo que la empresa ofrezca, obteniendo además incrementar la rentabilidad de la misma.

PALABRAS CLAVES:

FIDELIZACIÓN DE CLIENTES
ESTRATEGIA DE MARKETING
COMUNIKT
INCREMENTO DE VENTAS
PROPUESTA ESTRATÉGICA.