



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA
FACULTAD DE EDUCACION Y HUMANIDADES
ESCUELA DE COMUNICACION SOCIAL

TRABAJO MONOGRÁFICO PARA OBTENER EL TITULO

PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN COMUNICACION SOCIAL

**"UN NUEVO ENFOQUE EN EL MARKETING:
FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE"**



BACHILLER: ANDERSSON ALEXIS COBEÑAS PEREYRA

ASESOR : JAMES STUARD SOLIS GODOY

CHIMBOTE, OCTUBRE 2013

INTRODUCCIÓN

En un mundo cada día más competitivo, son las ideas las que marcarán la diferencia. Ideas que nos abrirán las puertas empresariales, con una mirada basada en el constante mejoramiento y equilibrio entre los objetivos de la empresa y los del cliente. Es en este sentido que la incorporación de nuevas estrategias, requerirán nuevas responsabilidades, que serán basadas en brindar soluciones con resultados positivos y significativos.

Todo proceso que involucre a las empresas a adaptarse a los cada vez más exigentes clientes, requiere de una constante búsqueda de estrategias que permita identificarlos, atraerlos y retenerlos. Es así que ha sido necesario replantearse los conceptos básicos del Marketing, para llevarlos a un Marketing Relacional, que consistirá en establecer, una relación de beneficio mutuo, satisfacción plena del cliente y rentabilidad para la empresa.

Es por ello que en el presente trabajo, dividido en siete capítulos, se presenta la teoría, conclusiones y recomendaciones, referidas a aquellas herramientas necesarias no solo para incrementar las ventas o retener clientes de la empresa, sino que además permiten aumentar el nivel de satisfacción del cliente, hasta lograr su lealtad y fidelidad.
