

Maestría en

INGENIERÍA AUTOMOTRIZ

Tesis previa a la obtención de título de Magíster en Ingeniería Automotriz con Mención en Procesos y Calidad del Servicio Automotriz.

AUTOR:

Ing. Arturo Guillermo Sanay Indacochea

TUTOR: Eco. Cindy Melissa Loor Mero, MSc.

Análisis de Fidelización de Clientes en Talleres Automotrices con la Aplicación del Método Customer Journey Map

Guayaquil - Ecuador



Análisis de Fidelización de Clientes en Talleres Automotrices con la Aplicación del Método Customer Journey Map

(Analysis of Customer Loyalty in Automotive Workshops with the Application of the Customer Journey Map Method)

Arturo Guillermo Sanay Indacochea¹ , Cindy Melissa Loor Mero² 

Marco Vinicio Noroña Merchán³ 

¹²³ Universidad Internacional del Ecuador: Guayaquil, Guayas, EC

arsanayin@uide.edu.ec, ciloorme@uide.edu.ec, manoroname@uide.edu.ec

Resumen:

En este artículo se destaca la falta de conocimiento de los administradores y dueños de talleres automotrices sobre el comportamiento del cliente, así como la ausencia de programas o comunicación efectiva en los procesos de atención al cliente. Propone el uso del Customer Journey Map como una herramienta estratégica para lograr la fidelización y recomendación de los clientes, analizando la interacción del cliente con el nivel de cumplimiento en el servicio automotriz. Se describe un enfoque que implica la creación de un mapa de empatía del cliente y un diseño cualitativo-experimental en los canales de comunicación. Además, se utilizan encuestas basadas en el Customer Journey (CX) para analizar percepciones y emociones, estableciendo niveles de cumplimiento en relación con las interacciones del cliente. El objetivo final es optimizar la fidelización de los clientes al identificar puntos de mejora que aumenten la satisfacción del cliente, transformándolos en clientes leales.

Palabras clave: Customer Journey Map, Fidelización, Cliente, Talleres automotrices, Satisfacción.

Abstract: This article highlights the lack of knowledge of the administrators and owners of automotive workshops about customer behavior, as well as the absence of programs or effective communication in customer service processes. It proposes the use of the Customer Journey Map as a strategic tool to achieve customer loyalty and recommendation, analyzing the customer's interaction with the level of compliance in automotive service. An approach is described that involves the creation of a customer empathy map and a qualitative-experimental design in communication channels. In addition, surveys based on the Customer Journey (CX) are used to analyze perceptions and emotions, establishing levels of compliance in relation to customer interactions. The ultimate goal is to optimize customer loyalty by identifying points of improvement that increase customer satisfaction, transforming them into loyal customers.

Keywords: Customer Journey Map, Loyalty, Customer, Automotive workshops, Satisfaction.