

---

# Fidelització de clients i CRM

---

PID\_00248434

Quique Selma Beltrán

**Quique Selma Beltrán**

Llicenciat en Ciències Econòmiques i Empresariales per la Universitat de València, és professor associat del Departament de Comercialització i Investigació de Mercats en aquesta mateixa universitat, on imparteix assignatures de màrqueting digital, direcció de vendes i ciència de dades de negoci. També col·labora com a professor de màrqueting en mitjans socials a la Universitat Complutense de Madrid, integració de màrqueting *online* i *offline* a l'Escola d'Empresaris (EDEM) i màrqueting digital a l'Escola d'Organització Industrial (EOI). És soci d'Atribus-Inbuze i consultor de màrqueting i vendes. Anteriorment havia estat director de màrqueting i comercial a Euroinfomarket S. A. i a l'Institut Tecnològic d'Informàtica (ITI).

La revisió d'aquest recurs d'aprenentatge UOC ha estat coordinada per la professora: Gisela Ammetller (2018)

Primera edició: març 2018  
© Quique Selma Beltrán  
Tots els drets reservats  
© d'aquesta edició, FUOC, 2018  
Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona  
Disseny: Manel Andreu  
Realització editorial: Oberta UOC Publishing, SL

*Cap part d'aquesta publicació, incloent-hi el disseny general i la coberta, no pot ser copiada, reproduïda, emmagatzemada o transmesa de cap manera ni per cap mitjà, tant si és elèctric com químic, mecànic, òptic, de gravació, de fotocòpia o per altres mètodes, sense l'autorització prèvia per escrit dels titulars del copyright.*

## Continguts

Mòdul didàctic 1

### **Fidelització de clients i CRM**

Quique Selma Beltrán

1. Què és el màrqueting de relacions
2. La fidelització del consumidor
3. Del CRM per al màrqueting de relacions al CRM social
4. La integració del CRM en l'estratègia digital
5. Beneficis d'una estratègia CRM i CEM
6. La segmentació de clients i la ciència de dades

