



**SALES METHODOLOGY ACADEMY**

**Metodología comercial híbrida B2B**

## **CURSO ONLINE**

*Metodología comercial híbrida para generar más oportunidades y vender más y mejor en B2B.*

Para profesionales comerciales B2B que quieren conseguir nuevos clientes con una metodología comercial adaptada a su empresa, que les ayude a ordenar sus acciones, estructurar la prospección y el seguimiento, y utilizar con criterio herramientas como LinkedIn, Sales Navigator, automatización, email, CRM e IA para vender más y mejor.

**Del 2 de junio al 15 de julio 2026 | 7 semanas · 50 horas | Horario libre**  
elearning | 299 € + IVA · Bonificable vía Fundae

### **Estructura y horarios del curso online junio julio 26**

**Objetivo del curso:**

Ayudar a empresas y profesionales B2B a vender más y mejor con una metodología comercial práctica y adaptada a su realidad, que integra la venta presencial, semipresencial y digital en un mismo sistema de trabajo para mejorar la prospección, el seguimiento y la conversión comercial.

**Metodología formativa:**

Combinamos teoría para alinear criterios, práctica con casos reales para aplicar herramientas y técnicas, e implementación sobre clientes reales de cada empresa.

**Modalidad:**

Online, contenidos grabados y e-learning en horario libre, aula virtual de asistencia opcional para resolución de dudas.

**Formador:** Andoni Rodríguez de Galarza

**Duración del curso:**

El curso tiene una duración de 7 semanas, implica 50 horas en elearning en horario libre.

**Fechas:** Inicio 2 de junio, fin 15 de julio

**Horario:** libre

**Precio:** 299€ + IVA. Bonificable

## Las 5 etapas de la metodología comercial híbrida B2B

### Etapa 1 — Planificación comercial B2B

- Paso 1: Definir criterios estratégicos: QUÉ, A QUIÉN, CÓMO, CUÁNDO vendemos.
- Paso 2: Plan de acción comercial B2B.

*Herramientas: IA · CRM 3ª gen.*

### Etapa 2 — Prospección digital

- Paso 3: Identificar clientes potenciales con LinkedIn, Sales Navigator e IA.
- Paso 4: Automatización del proceso de prospección.

*Herramientas: LinkedIn · Sales Nav · CRM*

### Etapa 3 — Identificar Leads

- Paso 5: Despertar la necesidad de compra publicando contenidos (Signaling).
- Paso 6: Identificar y registrar empresas y personas interesadas (Leads).

*Herramientas: LinkedIn · Email · Emailing*

### Etapa 4 — Cualificar al Lead

- Paso 7: Conseguir reunión Discovery para identificar necesidades.
- Paso 8: Realizar reunión, cualificar al lead.

*Herramientas: IA · Videoconferencia · CRM*

### Etapa 5 — Venta

- Paso 9: Propuesta comercial, seguimiento y negociación.
- Paso 10: Fidelización, up/cross selling y recurrencia.

*Herramientas: IA · CRM 3ª gen.*



## **Presentación de la metodología formativa e introducción de la teoría en venta híbrida B2B · 2/6 al 4/6**

- Presentación del curso 2/6 de 15:30 a 16:30, videoconferencia.

Conceptos principales y metodología de la venta híbrida B2B:

- La planificación comercial B2B.
  - La prospección eficiente (LinkedIn, Sales Navigator, localizador de emails y automatización).
  - Cómo despertar la necesidad de compra con la publicación de contenidos, creados o compartidos de otros (ChatGPT para crear contenidos), identificar leads.
  - Presentación empresa (Discovery Meeting) e identificación de necesidades y objeciones (inteligencia artificial aplicada a la construcción de emails), cualificar leads.
  - Preparación y presentación de la propuesta comercial, seguimiento, negociación y venta (ChatGPT aplicada a la negociación), fidelización, up/cross selling y recurrencia.
- Puesta en práctica de la teoría elearning en horario libre.

## **Primera etapa (paso 1 y 2): Planificación comercial B2B · 4/6 al 11/6**

### **Paso 1 del proceso comercial híbrido B2B:**

DEFINIR o REDEFINIR LOS CRITERIOS ESTRATÉGICOS; QUÉ, A CUÁNTO, A QUIÉN, CÓMO, CUÁNDO VENDEMOS.

### **Paso 2 del proceso comercial híbrido B2B:**

PLAN DE ACCIÓN COMERCIAL B2B, Transformar los criterios estratégicos en un plan de acción comercial estructurado y un pipeline claro para generar, priorizar y avanzar oportunidades comerciales.

### **Área de conocimiento:**

Planificación comercial B2B.

### **Sesiones**

- Teoría del paso 1 y 2. Contenido grabado en horario libre.
- Puesta en práctica del paso 1 y 2, elearning en horario libre.
- Implementación del paso 1 y 2, elearning en horario libre.
- Sesión para resolución de dudas de asistencia opcional, 10/6 de 15:30 a 16:30, videoconferencia.
- **Herramientas: IA, CRM de 3ª generación como herramienta de planificación.**

## **Segunda etapa (paso 3 y 4): Prospección digital; identificación y digitalización de clientes potenciales · 11/6 al 22/6**

### **Paso 3 del proceso comercial híbrido B2B:**

BÚSQUEDA E IDENTIFICACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES con LinkedIn y Sales Navigator, IA, etc. (No me conoce o no conoce mi valor y no me compra)

### **Paso 4 del proceso comercial híbrido B2B:**

Automatización del proceso de prospección

### **Área de conocimiento:**

Prospección digital (Si no saben que existes, nunca te comprarán).

### **Sesiones**

- Herramientas digitales de prospección, contenido grabado en horario libre
- Puesta en práctica herramientas digitales de prospección, elearning en horario libre.
- Paso 3 Búsqueda de clientes potenciales en LinkedIn; utilizando LinkedIn, Sales Navigator, IA y Google y conseguir emails para enriquecer el CRM y emailing, ampliar suscriptores/seguidores LinkedIn, contenido grabado en horario libre
- Puesta en práctica del paso 3 Búsqueda de clientes potenciales en LinkedIn utilizando LinkedIn, Sales Navigator, IA y Google y conseguir emails para enriquecer el CRM y emailing, ampliar suscriptores/seguidores LinkedIn, elearning en horario libre.
- Sesión para resolución de dudas de asistencia opcional, 17/6 de 15:30 a 17:30, videoconferencia.
- Paso 4, Automatización para ampliar contactos en LinkedIn utilizando LinkedIn, Sales Navigator ampliar suscriptores en newsletter LinkedIn, seguidores pagina empresa LinkedIn, emailing mensual y conseguir emails para enriquecer el CRM, contenido grabado en horario libre
- Puesta en práctica, automatización para ampliar contactos en LinkedIn utilizando LinkedIn, Sales Navigator ampliar suscriptores en newsletter LinkedIn, seguidores pagina empresa LinkedIn, emailing mensual y conseguir emails para enriquecer el CRM, elearning en horario libre.
- Sesión para resolución de dudas de asistencia opcional, 24/6 de 15:30 a 16:30, videoconferencia.
- **Herramientas: LinkedIn, Sales Navigator, BBDD, herramienta de automatización, CRM de 3ª generación como BBDD, herramienta búsqueda de emails.**

## **Tercera etapa: Identificar Leads (paso 5 y 6); Despertar la necesidad de compra de los clientes potenciales e identificarlos · 22/6 al 29/6**

### **Paso 5 del proceso comercial híbrido:**

SIGNALING, DESPERTAR LA NECESIDAD DE COMPRA PUBLICANDO o COMPARTIENDO CONTENIDOS PROPIOS, DE TERCEROS O CREADOS CON IA, DESDE LINKEDIN, EMAIL y EMAILING.

### **Paso 6 del proceso comercial híbrido:**

IDENTIFICAR Y REGISTRAR EMPRESAS Y PERSONAS INTERESADAS (LEADS) (Me conoce, no me compra).

### **Área de conocimiento:**

Conseguir visibilidad (Si no saben que te necesitan, nunca te comprarán).

## **Sesiones**

- Paso 5: Compartir o crear y publicar contenidos utilizando LinkedIn, email y emailing, para despertar la necesidad de compra, contenido grabado en horario libre
- Puesta en práctica del paso 5, compartir o crear y compartir contenidos en LinkedIn, email y emailing, elearning en horario libre.
- Paso 6: Identificar empresas y personas interesadas en tus productos o servicios (Leads), en canales digitales y tradicionales (recomendaciones, ferias, prescripciones, etc.), contenido grabado en horario libre.
- Puesta en práctica del paso 6: Identificar empresas y personas interesadas en tus productos o servicios (Leads), elearning en horario libre.
- **Herramientas: LinkedIn, newsletter linkedin, email, emailing, CRM de 3ª generación como identificador de leads.**

## **Cuarta etapa (paso 7 y 8): Cualificar al Lead; presentación de empresa e identificar necesidades y objeciones e inicio de la venta consultiva · 29/6 al 6/7**

### **Paso 7 del proceso comercial híbrido:**

CONSEGUIR LA REUNIÓN PARA IDENTIFICAR NECESIDADES Y OBJECIONES DEL LEAD, (Me conoce bien, le conozco bien, no me compra)

### **Paso 8 del proceso comercial híbrido:**

INICIO DEL PROCESO DE LA VENTA CONSULTIVA, REALIZAR REUNIÓN PARA IDENTIFICAR NECESIDADES Y OBJECIONES DEL LEAD, CONECTAR NECESIDADES CON LA SOLUCIÓN Y CUALIFICAR AL LEAD (Me conoce bien, le conozco bien, no me compra)

### **Área de conocimiento:**

Conocimiento del cliente (Si no ven que conoces sus problemas, nunca te comprarán)

### **Sesiones**

- Paso 7: Conseguir reunión para Identificar necesidades y objeciones de compra, contenido grabado en horario libre.
- Puesta en práctica del paso 7, Conseguir reunión para Identificar necesidades y objeciones de compra y cualificar al lead, elearning en horario libre.
- Sesión para resolución de dudas de asistencia opcional, 1/7 de 15:30 a 16:30, videoconferencia.
- Paso 8: Realizar reunión para Identificar necesidades y objeciones de compra, contenido grabado en horario libre.
- Puesta en práctica del paso 8, Realizar reunión para Identificar necesidades, objeciones de compra y cualificar al lead, elearning en horario libre
- **Herramientas: IA, videoconferencia CRM de 3ª generación como cualificador de leads.**

## **Quinta etapa (paso 9 y 10): Venta; preparar y presentar propuesta comercial, seguimiento, negociación y venta · 6/7 al 13/7**

### **Paso 9 del proceso comercial híbrido:**

PREPARACIÓN Y PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA COMERCIAL, SEGUIMIENTO, NEGOCIACIÓN Y VENTA o CIERRE. (Me conoce bien, le conozco bien, me compra).

### **Paso 10 del proceso comercial híbrido:**

FIDELIZACIÓN; UP/CROSS SELLING Y RECURRENCIA

### **Área de conocimiento:**

Venta (Si tu cliente no ve tu valor, solo verá tu precio).

## **Sesiones**

- Paso 9: Propuesta, seguimiento, negociación y venta, contenido grabado en horario libre.
- Sesión para resolución de dudas de asistencia opcional, 8/7 de 15:30 a 16:30, videoconferencia.
- Puesta en práctica del paso 9, Propuesta, seguimiento, negociación y venta, elearning en horario libre.
- Paso 10: Fidelización, up/cross selling, recurrencia, contenido grabado en horario libre.
- Puesta en práctica del paso 10: Fidelización, up/cross selling, recurrencia, elearning en horario libre.
- **Herramientas: IA, CRM de 3ª generación.**

## **Presentación del caso práctico final. Plan de acción comercial integrando todas las herramientas, técnicas y habilidades aprendidas · 13/7 al 15/7**

- Preparación y presentación del caso práctico final, elearning en horario libre.