



SALES METHODOLOGY ACADEMY

Metodología comercial híbrida B2B

FORMACIÓN SEMIPRESENCIAL

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 1 de junio al 15 de julio 2026 | 7 semanas · 50 horas | Lunes y jueves de 15:30 a 17:30

Videoconferencia + elearning | 499 € + IVA · Bonificable vía Fundae

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

Modalidad:

Videoconferencia (y/o grabado) y e-learning en horario libre, aula virtual de asistencia opcional para resolución de dudas.

Formador:

Andoni Rodríguez de Galarza

Duración:

7 semanas, 50 horas: 27 horas en videoconferencia y 23 horas en elearning en horario libre.

Fechas:

Inicio 1 de junio, fin 15 de julio · Lunes y jueves de 15:30 a 17:30

Precio: 499 € + IVA. Bonificable vía Fundae

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.



Introducción: Metodología formativa y venta híbrida B2B

- Teoría 1/6 de 15:30 a 17:30, 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 publicación de contenidos, identificar leads.
 - Presentación empresa (Discovery Meeting) e identificación de necesidades y objeciones, cualificar leads.
 - Preparación y presentación de la propuesta comercial, seguimiento, negociación y venta, fidelización, up/cross selling y recurrencia.
 - Puesta en práctica de la teoría del 1/6 al 4/6, elearning en horario libre.
-

Primera etapa (pasos 1 y 2): Planificación comercial B2B

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 — 4/6 de 15:30 a 17:30, videoconferencia.
- Puesta en práctica del paso 1 y 2 — del 4/6 al 8/6, elearning en horario libre.
- Presentación individual del PLAN DE ACCIÓN COMERCIAL — 8/6 de 15:30 a 17:30, videoconferencia.
- Implementación del paso 1 y 2 — 8/6 al 11/6, 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 (pasos 3 y 4): Prospección digital

Identificación y digitalización de clientes potenciales.

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 — 11/6 de 15:30 a 17:30, videoconferencia.
- Puesta en práctica herramientas digitales de prospección — del 11/6 al 15/6, 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 CRM3G y emailing, ampliar suscriptores/seguidores LinkedIn — 15/6 de 15:30 a 17:30, videoconferencia.
- Puesta en práctica del paso 3 — del 15/6 al 18/6, elearning en horario libre.
- Sesión para resolución de dudas de asistencia opcional — 17/6 de 15:30 a 16:30, videoconferencia.
- Paso 4 — Automatización para ampliar contactos en LinkedIn utilizando LinkedIn, Sales Navigator, ampliar suscriptores en newsletter LinkedIn, seguidores página empresa LinkedIn, emailing mensual y conseguir emails para enriquecer el CRM3G — 18/6 de 15:30 a 17:30, videoconferencia.
- Puesta en práctica, automatización para ampliar contactos en LinkedIn — del 18/6 al 22/6, 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 (pasos 5 y 6): Identificar Leads

Despertar la necesidad de compra de los clientes potenciales e identificarlos.

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 y OTROS.

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 — 22/6 de 15:30 a 17:30, videoconferencia.
- Puesta en práctica del paso 5 — del 22/6 al 25/6, 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.) — 25/6 de 15:30 a 17:30, videoconferencia.
- Puesta en práctica del paso 6 — del 25/6 al 29/6, elearning en horario libre.

Herramientas: LinkedIn, newsletter LinkedIn, email, emailing, CRM de 3ª generación como identificador de leads.

Cuarta etapa (pasos 7 y 8): Cualificar al Lead

Presentación de empresa, identificar necesidades y objeciones e inicio de la venta consultiva.

Paso 7 del proceso comercial híbrido:

CONSEGUIR LA REUNIÓN PARA IDENTIFICAR NECESIDADES, FECHA DE COMPRA 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 — 29/6 de 15:30 a 17:30, videoconferencia.
- Puesta en práctica del paso 7 — Conseguir reunión para identificar necesidades, fecha de compra y objeciones de compra y cualificar al lead — del 29/6 al 2/7, 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 — 2/7 de 15:30 a 17:30, videoconferencia.
- Puesta en práctica del paso 8 — del 2/7 al 6/7, elearning en horario libre.

Herramientas: IA, videoconferencia, CRM de 3ª generación como cualificador de leads.

Quinta etapa (pasos 9 y 10): Venta

Preparar y presentar propuesta comercial, seguimiento, negociación y venta.

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 — 6/7 de 15:30 a 17:30, videoconferencia.
- Sesión para resolución de dudas de asistencia opcional — 8/7 de 15:30 a 17:30, videoconferencia.
- Puesta en práctica del paso 9 — del 6/7 al 9/7, elearning en horario libre.
- Paso 10 — Fidelización, up/cross selling, recurrencia — 9/7 de 15:30 a 17:30, videoconferencia.
- Puesta en práctica del paso 10 — del 9/7 al 13/7, 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.

- Consolidación global y explicación del caso práctico — 13/7 de 15:30 a 16:30, videoconferencia.
- Preparación del caso práctico final — del 13/7 al 15/7, elearning en horario libre.
- Presentación del caso práctico final — 15/7 de 15:30 a 17:30, videoconferencia.