

Curso · eLearning 100% online

SEPTIEMBRE - NOVIEMBRE · 2026 · BONIFICABLE FUNDAE

30 de septiembre ·
2026 · 15:30
· EMPIEZA EN

7
SEMANAS

50 h
DURACIÓN TOTAL

100% online
MODALIDAD

362 €
BONIFICABLE FUNDAE

LinkedIn e IA para conseguir nuevos clientes B2B y fidelizar los actuales con un plan comercial

Para comerciales y equipos comerciales B2B que quieren vender con más
método, foco y control, avanzando a su ritmo.

Curso **100% online en formato e-learning**: avanzas a tu ritmo dentro de cada fase, con contenidos grabados, prácticas guiadas y sesiones de dudas en videoconferencia (asistencia libre). Todo dentro de una **metodología de venta híbrida B2B** para mejorar la prospección, la identificación y cualificación de oportunidades, el seguimiento, la negociación, el cierre, la recurrencia y el control de la actividad comercial.

30 sep – 19 nov

FECHAS · 2026

e-learning · 100% online

MODALIDAD

7 sem · 50 h

EN E-LEARNING, HORARIO LIBRE

362 €

BONIFICABLE FUNDAE



SALES METHODOLOGY
B2B
Andoni Rodríguez de Galarza

Datos del curso

PARA QUIÉN ES EL CURSO

Para comerciales y equipos comerciales B2B que quieren vender con más método, foco y control, aprendiendo a estructurar su actividad comercial dentro de un plan práctico, ejecutable y medible. También encaja para comerciales que necesitan mejorar su prospección, cualificación, seguimiento, uso de herramientas digitales, control de oportunidades y generación de nuevos clientes.

QUÉ PROBLEMA RESUELVE

Soluciona el problema de trabajar con actividad comercial dispersa, sin un plan comercial claro, sin suficiente foco y sin una integración real de herramientas digitales dentro del proceso de venta. Muchos comerciales y equipos comerciales B2B utilizan LinkedIn, IA, CRM o herramientas digitales, pero lo hacen de forma parcial o desconectada. El curso ayuda a convertir esas herramientas en parte de un plan comercial práctico, ejecutable y medible.

OBJETIVO DEL CURSO

En un entorno B2B cada vez más competitivo y saturado de información, el objetivo del curso es formar a los profesionales para vender más y mejor con una metodología comercial práctica y aplicable a su día a día.

RESULTADOS QUE APORTA

De media, ayuda a cada comercial a generar entre 4 y 8 nuevas oportunidades cualificadas al mes, mejorando además la conversión, con un aumento estimado de la facturación de entre el 4 % y el 5 %.

METODOLOGÍA FORMATIVA

Parte de un diagnóstico inicial e identifica los puntos de mejora del participante o equipo. A partir de ahí combina teoría aplicada, casos prácticos, roleplaying, práctica guiada e implementación para integrar lo trabajado dentro del plan comercial B2B. Se apoya en un aula virtual con contenidos de apoyo, contenidos grabados, casos prácticos, tests, plantillas y materiales complementarios.

Modalidad, fechas y precio



MODALIDAD

E-learning 100% online: contenidos grabados y prácticas guiadas que avanzas a tu ritmo dentro de cada fase. La **presentación** y las **sesiones de dudas** se hacen por videoconferencia (asistencia libre, no obligatoria).



FORMADOR

Andoni Rodríguez de Galarza



DURACIÓN

7 semanas · 50 horas de formación en e-learning en horario libre, con contenidos grabados que avanzas a tu ritmo. Las fechas marcan el ritmo recomendado para completar el caso práctico final.



FECHAS

Inicio 30 de septiembre · fin 19 de noviembre · 2026



HORARIO

E-learning: en horario libre, a tu ritmo. **Sesiones de dudas (videoconferencia, asistencia libre):** miércoles de 15:30 a 16:30 h.



PRECIO

362 € · bonificable vía Fundae

Qué es la venta híbrida B2B

¿Qué es la venta híbrida B2B?

La venta híbrida B2B une lo que muchos profesionales mantienen separado: el **criterio comercial del comercial** —relación, escucha, negociación, etc.— y las **herramientas digitales** que amplían su alcance. La diferencia no la marcan las herramientas, sino **el criterio para decidir cuándo y cómo aplicarlas** a cada uno de los canales —digital, videoconferencia o presencial— dentro de un plan comercial ejecutable y medible.

¿Cómo es el nuevo comercial híbrido B2B?

- Integra su **experiencia y criterio comercial** con las herramientas digitales, sin renunciar a ninguno de los dos.
- Trabaja con la misma solvencia en **digital, videoconferencia o presencial**.
- Es **proactivo, perseverante y analítico**; se apoya en datos y métricas para una mejora continua.
- Inicia el proceso comercial **priorizando clientes con interés real** en sus productos o servicios.
- Combina **prospección y cualificación** de leads con videoconferencia y venta presencial.
- Aplica su criterio para decidir **cuándo y cómo usar** cada herramienta y cada canal.
- Domina herramientas digitales que aumentan su **eficiencia** y técnicas comerciales que mejoran su **eficacia**.
- Tiene capacidad para **diseñar acciones comerciales** y ejecutarlas de principio a fin.
- Se centra en lo que resuelve (**valor**), no en "lo que hace" (características).
- Negocia con solvencia aplicando **inteligencia emocional** para lograr acuerdos eficaces.

Las 5 etapas y los 10 pasos de la venta híbrida B2B

01

ETAPA 1

Planificación y estrategia comercial

Construir un plan de acción comercial.

1 PASO 1

Definir o redefinir los **criterios estratégicos**: qué, a cuánto, a quién (o a través de quién), cómo y cuándo vendemos.

HERRAMIENTAS DIGITALES

CRM

IA

"Si no tienes un plan, nunca llegarás a donde quieres ir; llegarás donde el mercado te lleve."

2 PASO 2

Transformar los criterios en un **plan de acción comercial** estructurado y un pipeline claro para generar, priorizar y avanzar oportunidades.

02

ETAPA 2 · NO ME CONOCE O NO CONOCE MI VALOR

Prospección e identificación de clientes potenciales

Identificación y digitalización de clientes potenciales.

3 PASO 3

Identificar y digitalizar a los clientes potenciales para pasar de **pescar en mar abierto a pescar en una pecera**. Darles de alta en el CRM e introducirlos en tu red de LinkedIn.

HERRAMIENTAS DIGITALES

CRM

IA

LinkedIn

Sales Navigator

Automatización

"Si no tienes identificados y digitalizados a tus clientes potenciales, es como pescar en el mar abierto, cuando es infinitamente más fácil pescar en una pecera."

4 PASO 4

Automatizar el proceso de identificar y digitalizar a los clientes potenciales.

03

ETAPA 3 · ME CONOCE PERO NO ME COMPRA

Identificar oportunidades comerciales, identificar leads

Identificación de empresas interesadas en tus productos o servicios.

5 PASO 5

Despertar la **necesidad de compra** usando canales digitales (LinkedIn, email, emailing) y tradicionales (escalabilidad interna, recomendaciones, ferias, prescripciones, etc.).

HERRAMIENTAS DIGITALES

CRM

IA

LinkedIn

Automatización

"Es más fácil identificar a quien te necesita, que perseguir a quien no te necesita."

6 PASO 6

Identificar a las empresas interesadas (**leads**) en tus productos o servicios, en canales digitales y tradicionales.

Cualificación, cierre y fidelización

04

ETAPA 4 · ME CONOCE, LE CONOZCO PERO NO ME COMPRA

Cualificar las oportunidades comerciales, cualificar al lead

Identificar necesidades, objeciones y cuándo quiere comprar.

7 PASO 7

Conseguir reunión con las empresas interesadas, con el objetivo de identificar necesidades, objeciones de compra y el momento de la verdad (cuándo están interesados en comprar).

HERRAMIENTAS DIGITALES

CRM

IA

Videoconferencia

"Si tu cliente no percibe que conoces sus necesidades, nunca te comprará."

8 PASO 8

Inicio del proceso de venta consultiva B2B: discovery meeting para identificar necesidades, objeciones y cuándo tomarán la decisión, con el objetivo de construir la propuesta comercial ideal.

05

ETAPA 5 · ME CONOCE, LE CONOZCO Y ME COMPRA

Propuesta, seguimiento, negociación, cierre y fidelización

Seguimiento, negociación, venta, fidelización, up/cross selling y recurrencia.

9 PASO 9

Presentación de la propuesta ideal (presencialmente o por videoconferencia), seguimiento de la propuesta, negociación y cierre de la venta.

HERRAMIENTAS DIGITALES

CRM

IA

Videoconferencia

"Si tu cliente no percibe tu valor, solo verá tu precio."

10 PASO 10

Fidelización, mejorar el up/cross selling y conseguir recurrencia de compra.

Estructura y horarios del curso e-learning

- Videoconferencia
- E-learning · horario libre
- Dudas · asistencia libre

INTRODUCCIÓN · TEORÍA

Presentación de la metodología e introducción a la teoría

Presentación de la metodología formativa e introducción de la teoría en venta híbrida B2B.

30 sep

15:30–16:30

Videof. Videoconf.

Presentación del curso y de la metodología: introducción a la teoría de la venta híbrida B2B (planificación, prospección, identificación y cualificación de leads, negociación, cierre, fidelización y recurrencia).

Horario libre

E-learning

Práctica de diagnóstico.

Horario libre

E-learning

Puesta en práctica de la teoría.

10% PROGRESO

ETAPA 1 · PASOS 1 Y 2 · 5 – 9 OCT

Planificación comercial B2B

Área de conocimiento: Planificación comercial B2B.

Horario libre

E-learning

Teoría del paso 1 y 2 (contenido grabado): definir los criterios estratégicos y transformarlos en un plan de acción comercial y un pipeline claro.

Horario libre

E-learning

Puesta en práctica e implementación del paso 1 y 2.

7 oct

15:30–16:30

Dudas

Sesión para resolución de dudas (asistencia libre, no obligatoria).

25% PROGRESO

HERRAMIENTAS: IA comercial B2B, CRM de 3ª generación como herramienta de planificación.

ETAPA 2 · PASOS 3 Y 4 · 13 – 23 OCT

Prospección digital: identificación y digitalización de clientes potenciales

45% PROGRESO

Área de conocimiento: Prospección digital (si no saben que existes, nunca te comprarán).

Horario libre	E-learning	Herramientas digitales de prospección (contenido grabado).
Horario libre	E-learning	Paso 3 · Búsqueda de clientes potenciales en LinkedIn con LinkedIn, Sales Navigator, IA y Google; conseguir emails para enriquecer el CRM y emailing, ampliar suscriptores/seguidores en LinkedIn.
Horario libre	E-learning	Paso 4 · Automatización para ampliar contactos en LinkedIn: newsletter, seguidores de la página de empresa, emailing mensual y emails para enriquecer el CRM.
Horario libre	E-learning	Puesta en práctica de la prospección y de la automatización.
14 oct 15:30–16:30	Dudas	Sesión para resolución de dudas (asistencia libre, no obligatoria).
21 oct 15:30–16:30	Dudas	Sesión para resolución de dudas (asistencia libre, no obligatoria).

HERRAMIENTAS: LinkedIn, Sales Navigator, IA comercial B2B, BBDD, herramienta de automatización, CRM de 3ª generación, herramienta de búsqueda de emails.

ETAPA 3 · PASOS 5 Y 6 · 26 – 30 OCT

Identificar leads: despertar la necesidad de compra e identificar a los interesados

55% PROGRESO

Área de conocimiento: Conseguir visibilidad (si no saben que te necesitan, nunca te comprarán).

Horario libre	E-learning	Paso 5 · Signaling: compartir o crear y publicar contenidos (LinkedIn, email y emailing) para despertar la necesidad de compra.
Horario libre	E-learning	Paso 6 · Identificar leads: empresas y personas interesadas en tus productos o servicios, en canales digitales y tradicionales (recomendaciones, ferias, prescripciones, etc.).
Horario libre	E-learning	Puesta en práctica de los pasos 5 y 6.
28 oct 15:30–16:30	Dudas	Sesión para resolución de dudas (asistencia libre, no obligatoria).

HERRAMIENTAS: LinkedIn, newsletter de LinkedIn, email comercial, emailing, IA comercial B2B, CRM de 3ª generación como identificador de leads.

ETAPA 4 · PASOS 7 Y 8 · 2 – 6 NOV

Cualificar al lead: presentación de empresa e inicio de la venta consultiva

70% PROGRESO

Área de conocimiento: Conocimiento del cliente (si no ven que conoces sus problemas, nunca te comprarán).

Horario libre	E-learning	Paso 7: conseguir reunión para identificar necesidades y objeciones de compra.
Horario libre	E-learning	Paso 8 · Inicio de la venta consultiva: realizar reunión para identificar necesidades y objeciones, conectar necesidades con la solución y cualificar al lead.
Horario libre	E-learning	Puesta en práctica de los pasos 7 y 8.
4 nov 15:30–16:30	Dudas	Sesión para resolución de dudas (asistencia libre, no obligatoria).

HERRAMIENTAS: IA comercial B2B, videoconferencia, CRM de 3ª generación como cualificador de leads.

ETAPA 5 · PASOS 9 Y 10 · 10 – 13 NOV

Venta: propuesta, seguimiento, negociación, cierre y fidelización

90% PROGRESO

Área de conocimiento: Venta (si tu cliente no ve tu valor, solo verá tu precio).

Horario libre	E-learning	Paso 9: preparación y presentación de la propuesta, seguimiento, negociación y venta.
Horario libre	E-learning	Paso 10: fidelización, up/cross selling y recurrencia.
Horario libre	E-learning	Puesta en práctica de los pasos 9 y 10.
11 nov 15:30–16:30	Dudas	Sesión para resolución de dudas (asistencia libre, no obligatoria).

HERRAMIENTAS: IA comercial B2B, CRM de 3ª generación.

CIERRE · CASO PRÁCTICO FINAL · 16 – 19 NOV

Plan de acción comercial integrando todas las herramientas, técnicas y habilidades

100% PROGRESO

Horario libre	E-learning	Preparación del caso práctico final: plan de acción comercial integrando todo lo aprendido.
19 nov	E-learning	Presentación del caso práctico final (se entrega por email).

Empresas, momentos y profesionales que han confiado en la metodología comercial híbrida B2B

+6.400 Comerciales formados desde 2013

+17 Años dirigiendo equipos comerciales de alto rendimiento

2 Libros publicados referentes en venta híbrida B2B

TOP 100 Speaker

Anna Ventura

Especialista en organización de ferias y eventos

"Un profesional excepcional. Combina un profundo conocimiento de las estrategias de ventas con una habilidad única para hacerlo práctico y aplicable."

Marcos Torres

Chief Commercial Officer · Marketing & Sales

"Una suerte contar con Andoni en nuestro evento anual. Supo encajar el discurso y trasladar al equipo la ilusión y las ganas que requiere el mundo B2B."

Meritxell Riera Collell

Comunicación Corporativa · B2B · Marketing Digital

"La ponencia de Andoni fue un 'chute' de energía total para todo el equipo. Habilidades comunicativas y gran conocimiento de la venta B2B digital."

Esti Ortiz de Orruño

Emprendedora · speaker

"Dinámico, buena gestión del tiempo, mezcla anécdotas en su justa medida. Realista y motivador. Una actitud muy positiva: brilla y nos invita a brillar."

Raquel Gómez Pimentel

Coordinadora de sistemas integrados · ISO

"Un comunicador nato. Sabe transmitir los pasos para conseguir una estrategia comercial de éxito. Formaciones prácticas, ágiles, eficaces y muy motivadoras."

Sandra Felip Riba

Aire comprimido y gases industriales

"Definiría a Andoni con la palabra PASIÓN. Máximo rendimiento por su gran conocimiento en digitalización comercial. Siempre enfocado a resultados y éxito."

Francisco Gómez Lucas

CEO Iberia · soluciones de RR.HH. y formación

"Defino a Andoni con la palabra 'pasión'. Nos entendió inmediatamente, nos ilusionó, nos acompañó y nos aportó cambios de comportamiento y resultados muy a corto."

Esther Garrido Zurriaga

Key Account Area Sales Manager

"Gran profesional que nos ha enseñado una nueva ventana para abrirnos al mundo digital a través de LinkedIn. Sus conocimientos ya nos están dando frutos."

Noemí Gómez

Directora de Ventas · TMT

"Intensa, alucinante y totalmente transformadora. Andoni transmite con claridad brutal que el cambio es ahora."

Roberto Cardelli

Resp. Desarrollo de Negocio · Iberian Touch

"Curso muy recomendable. Se nota la experiencia y el conocimiento de Andoni. Dinámico, práctico y siempre atento."

F. Javier Pérez

Head of Sales Spain · Manutan Group

"¡Formación nivel TOP! Excelente conocedor de la materia y comunicador. Herramientas y estrategias de última generación."

David Mayolas

Director General · Geberit Iberia

"Mucho know-how, seniority y comunicador excelente. Sus ideas no las cambia por las tuyas si cree que funcionarán mejor."

Javier Costa

Director Comercial y Marketing · MEROIL

"El curso B2B Hybrid Sales fue realmente útil y bien estructurado. Me permitió aprender cómo crear un plan B2B sólido."

Daniel Canelo

Director Comercial · Grupo Corporalía

"Curso tremendamente completo, interesante y constructivo. Claridad y sencillez. Ya estoy viendo los resultados."

Jordi Núñez

Channel Director Europe · Absen

"El temario te abre las puertas a una utilización comercial de LinkedIn muy potente. Te hace replantear metodologías."

Guillermo Souto

Business Development & Sales Director

"Una metodología completa para hacer outreach digital y convertirlo en ventas reales. Totalmente recomendable."