

Curso · Videoconferencia + eLearning

OCTUBRE – NOVIEMBRE · 2026 · BONIFICABLE FUNDAE

1 de octubre · 2026 ·
15:30
· EMPIEZA EN

7

SEMANAS

50 h

DURACIÓN TOTAL

27 h

VIDEOCONFERENCIA

23 h

E-LEARNING

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.

Curso que integra **técnicas de venta, habilidades comerciales y herramientas digitales**. 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.

1 oct – 19 nov

FECHAS · 2026

Videoconferencia + e-
learning

MODALIDAD

7 sem · 50 h

27 H VIDEOCONFERENCIA + 23 H E-
LEARNING

499 €

IVA INCL. · 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

Videoconferencia en horarios establecidos (y/o grabado), **e-learning** en horario libre, y videoconferencia de asistencia opcional para resolución de dudas.



FORMADOR

Andoni Rodríguez de Galarza



DURACIÓN

7 semanas · 50 horas en total: 27 horas en videoconferencia y 23 horas en e-learning en horario libre. Las sesiones de videoconferencia se pueden seguir en directo en el horario definido o, en diferido, a través de los vídeos grabados.



FECHAS

Inicio **1 de octubre** · fin 19 de noviembre · 2026



HORARIO

Videoconferencia: lunes y jueves de 15:30 a 17:30 h. **E-learning:** en horario libre.



PRECIO

499 € IVA incluido · 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

2 PASO 2

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

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

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

4 PASO 4

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

"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."

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

6 PASO 6

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

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

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

- Videokonferencia
- E-learning · horario libre
- Dudas · asistencia opcional

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.

10%PROGRESO

1 oct 15:30–17:30	Videokonf.	Conceptos principales y metodología de la venta híbrida B2B: planificación comercial B2B; prospección eficiente (LinkedIn, Sales Navigator, localizador de emails y automatización); despertar la necesidad de compra e identificar leads; presentación de empresa (Discovery Meeting), necesidades y objeciones, cualificar leads; preparación y presentación de la propuesta, seguimiento, negociación, venta, fidelización, up/cross selling y recurrencia.
1 – 5 oct horario libre	E-learning	Puesta en práctica de la teoría.

ETAPA 1 · PASOS 1 Y 2

Planificación comercial B2B

Área de conocimiento: Planificación comercial B2B.

25%PROGRESO

5 oct 15:30–17:30	Videokonf.	Teoría del paso 1 y 2.
8 oct 15:30–17:30	Videokonf.	Presentación individual del Plan de Acción Comercial .
5 – 8 oct horario libre	E-learning	Puesta en práctica del paso 1 y 2.
8 – 13 oct horario libre	E-learning	Implementación del paso 1 y 2.
7 oct 15:30–16:30	Dudas	Sesión para resolución de dudas (asistencia opcional).
14 oct 15:30–16:30	Dudas	Sesión para resolución de dudas (asistencia opcional).

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

ETAPA 2 · PASOS 3 Y 4

Prospección digital: identificación y digitalización de clientes potenciales

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

45% PROGRESO

13 oct 15:30–17:30	Videoconf.	Herramientas digitales de prospección.
13 – 15 oct horario libre	E-learning	Puesta en práctica de las herramientas digitales de prospección.
15 oct 15:30–17:30	Videoconf.	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.
15 – 19 oct horario libre	E-learning	Puesta en práctica del paso 3.
19 oct 15:30–17:30	Videoconf.	Paso 4 · Automatización para ampliar contactos en LinkedIn: suscriptores de la newsletter, seguidores de la página de empresa, emailing mensual y emails para enriquecer el CRM.
19 – 22 oct horario libre	E-learning	Puesta en práctica de la automatización.
21 oct 15:30–16:30	Dudas	Sesión para resolución de dudas (asistencia opcional).
22 oct 15:30–17:30	Videoconf.	Paso 4 · Trabajo práctico: automatización de búsquedas de clientes potenciales.
28 oct 15:30–16:30	Dudas	Sesión para resolución de dudas (asistencia opcional).

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

ETAPA 3 · PASOS 5 Y 6

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

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

55% PROGRESO

26 oct 15:30–17:30	Videoconf.	Paso 5 · Signaling: compartir o crear y publicar contenidos (LinkedIn, email y emailing) para despertar la necesidad de compra.
26 – 29 oct horario libre	E-learning	Puesta en práctica del paso 5.
29 oct 15:30–17:30	Videoconf.	Paso 6 · Identificar leads: empresas y personas interesadas en tus productos o servicios, en canales digitales y tradicionales (recomendaciones, ferias, prescripciones, etc.).
29 oct – 2 nov horario libre	E-learning	Puesta en práctica del paso 6.

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

ETAPA 4 · PASOS 7 Y 8

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

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

70% PROGRESO

2 nov 15:30–17:30	Videoconf.	Paso 7: conseguir reunión para identificar necesidades y objeciones de compra.
2 – 5 nov horario libre	E-learning	Puesta en práctica del paso 7 y cualificar al lead.
5 nov 15:30–17:30	Videoconf.	Paso 8 · Inicio de la venta consultiva: realizar reunión para identificar necesidades y objeciones, conectar necesidades con la solución y cualificar al lead.
5 – 10 nov horario libre	E-learning	Puesta en práctica del paso 8.
4 nov 15:30–16:30	Dudas	Sesión para resolución de dudas (asistencia opcional).

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

ETAPA 5 · PASOS 9 Y 10

Venta: propuesta, seguimiento, negociación, cierre y fidelización

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

90% PROGRESO

10 nov 15:30–17:30	Videoconf.	Paso 9: propuesta, seguimiento, negociación y venta.
10 – 12 nov horario libre	E-learning	Puesta en práctica del paso 9.
12 nov 15:30–17:30	Videoconf.	Paso 10: fidelización, up/cross selling y recurrencia.
12 – 16 nov horario libre	E-learning	Puesta en práctica del paso 10.
11 nov 15:30–16:30	Dudas	Sesión para resolución de dudas (asistencia opcional).

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

CIERRE · CASO PRÁCTICO FINAL

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

100% PROGRESO

16 nov 15:30–16:30	Videoconf.	Consolidación global y explicación del caso práctico de consolidación final.
16 – 19 nov horario libre	E-learning	Preparación del caso práctico final.
19 nov 15:30–17:30	Videoconf.	Presentación del caso práctico final.

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."