

SEPTIEMBRE - NOVIEMBRE · 2026 · BONIFICABLE FUNDAE

Curso · eLearning 100% online

**30 de septiembre ·
2026**

EMPIEZA EL

7

SEMANAS

50 h

DURACIÓN TOTAL

100% online

MODALIDAD

299 €

IVA NO INCL. · BONIFICABLE
FUNDAE

Venta híbrida B2B para conseguir nuevos clientes y fidelizar los actuales

Venta Híbrida B2B = (herramientas + criterio comercial y humano) × plan comercial.

Curso **100% e-learning** para comerciales, equipos comerciales, desarrollo de negocio y marketing B2B que quieren empezar a ordenar sus acciones, estructurar la prospección y el seguimiento, e integrar **IA, LinkedIn, Sales Navigator, automatización, email/emailing y CRM** dentro de un plan comercial práctico, ejecutable y medible. La capa de IA se trabaja con **las 5A** —qué hace la IA— y **las 3H** —con qué herramientas—.

30 sep – 19 nov

FECHAS · 2026

e-learning · 100% online

MODALIDAD

7 sem · 50 h

HORARIO LIBRE

299 €

BONIFICABLE FUNDAE

 **SALES METHODOLOGY B2B**
ANDONI RODRÍGUEZ DE GALARZA

Datos del curso

PARA QUIÉN ES EL CURSO

Para **comerciales, equipos comerciales, desarrollo de negocio y marketing B2B** que quieren conseguir nuevos clientes aplicando una metodología y un plan comercial claro que les permita definir mejor sus acciones comerciales, estructurar la prospección y el seguimiento, y utilizar con criterio IA, LinkedIn, Sales Navigator, automatización, email/emailing y CRM, para vender más y mejor.

OBJETIVO DEL CURSO

Comprender, practicar e implementar la Venta Híbrida B2B sobre la realidad comercial del participante mediante un plan práctico, ejecutable y medible.

METODOLOGÍA FORMATIVA

Combinamos **teoría** para alinear criterios, **práctica de análisis y aplicación sobre la realidad comercial del participante** mediante ejercicios y casos prácticos, e **implementación sobre clientes reales** de cada empresa.

QUÉ SE TRABAJA

Planificación comercial, prospección, identificación y cualificación de leads, propuesta, seguimiento, negociación, cierre, fidelización y recurrencia, con el CRM como sistema de control y medición de la actividad comercial.

MODALIDAD

E-learning con contenidos grabados en horario libre y aula virtual de asistencia libre (no obligatoria) para resolución de dudas.

FORMADOR

Andoni Rodríguez de Galarza

DURACIÓN

7 semanas · 50 horas en e-learning en horario libre.

FECHAS

Inicio 30 de septiembre · fin 19 de noviembre · 2026

HORARIO

Libre. Presentación del curso el 30 de septiembre de 15:30 a 16:30 h y sesiones de dudas por videoconferencia (asistencia libre) de 15:30 a 16:30 h.

BONIFICACIÓN

Bonificable al **100% vía Fundae**, siempre que se realice el 75% del curso.

CERTIFICACIÓN

Certificado de consecución al finalizar el curso, con test de validación del aprendizaje.

DOCUMENTACIÓN

Documentación de apoyo y refuerzo de la teoría vía e-learning.

PRECIO

299 € · IVA no incluido · bonificable vía Fundae

Qué es la **venta híbrida B2B**

¿Qué es la venta híbrida B2B?

La venta híbrida B2B combina **herramientas digitales** —LinkedIn, Sales Navigator, IA, CRM, automatización y email/emailing— con el **criterio comercial** y un **plan comercial** práctico, ejecutable y medible para ganar **eficiencia comercial**. Y prepara al comercial para vender con la misma solvencia en los tres entornos de la venta B2B —presencial, semipresencial (videoconferencia) y digital—, ganando también **eficacia comercial**. No se trata de usar más herramientas, sino de integrarlas con criterio y método.

¿Cómo es el nuevo comercial híbrido B2B?

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

Qué engloba el curso

- Fórmula: Venta Híbrida B2B = (herramientas + criterio comercial y humano) × plan comercial.
- Planificación comercial.
- Prospección.
- Identificación de leads u oportunidades.
- Cualificación de oportunidades.
- Propuesta, seguimiento, negociación, cierre y recurrencia.
- Uso del CRM como sistema de control.
- Medición de actividad comercial.
- Integración de IA, LinkedIn, Sales Navigator, automatización y CRM dentro del plan comercial.
- Aplicación práctica del plan comercial a la actividad diaria del comercial.

Componentes formativos

- Teoría con dinámicas de grupo
- Práctica individual vía e-learning (casos prácticos)
- Implementación real sobre tu propia actividad comercial
- Test de validación de aprendizaje
- Apoyo personalizado durante todo el proceso
- Sesiones de dudas de asistencia libre (no obligatoria)
- Refuerzo de la teoría vía e-learning
- Documentación de apoyo
- Certificado de consecución

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

Sales Methodology B2B integra e implementa la Venta Híbrida B2B bajo una estrategia comercial adaptada a la nueva realidad B2B y ordena su aplicación en **cinco etapas** y **diez pasos**. En cada paso indicamos **qué hace la IA (5A)** —Amplifica, Analiza, Asesora, Automatiza, Actúa— y **con qué herramienta (3H)** —ChatGPT, Gemini/Copilot, Claude Cowork—.

01

ETAPA 1

Planificación y estrategia comercial

Construir un plan de acción comercial.

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

IA · Analiza

ChatGPT

Investigación avanzada · Chats y proyectos

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

IA · Actúa

Claude Cowork

Ejecución operativa, skills

CRM IA

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 **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.

IA · Actúa

Claude Cowork

Ejecución operativa, skills

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

IA · Actúa

Claude Cowork

Ejecución operativa, skills

CRM IA LINKEDIN SALES NAVIGATOR

AUTOMATIZACIÓN

Si no tienes identificados y digitalizados a tus clientes potenciales, es como pescar en 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 **Despertar la necesidad de compra** en los clientes potenciales utilizando **canales digitales** (LinkedIn, email/emailing) y **canales tradicionales** (escalabilidad interna en las organizaciones, recomendaciones, ferias, prescripciones, etc.).

IA · Amplifica · Automatiza

ChatGPT

Chats y proyectos · Agentes

- 6 Identificar a las empresas interesadas (**leads**) en tus productos o servicios, en canales digitales y tradicionales (recomendaciones, ferias, prescripciones, etc.).

IA · Actúa

Claude Cowork

Ejecución operativa, skills

CRM IA LINKEDIN AUTOMATIZACIÓN

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

IA · Asesora ChatGPT GPTs

- 8 Inicio del proceso de **venta consultiva B2B**: hacer discovery meeting (de empresa) para identificar necesidades de compra, objeciones de compra y cuándo realmente tomarán la decisión de compra. Con el objetivo claro de construir la **propuesta comercial ideal**.

IA · Amplifica · Asesora ChatGPT Chats y proyectos · GPTs

CRM IA VIDEOCONFERENCIA

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

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

IA · Actúa Claude Cowork Ejecución operativa, skills

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

IA · Analiza ChatGPT Investigación avanzada

CRM IA VIDEOCONFERENCIA

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

La IA en cada paso

Las 5A —qué hace la IA— y las 3H —con qué herramienta— aplicadas paso a paso.

5A · Amplifica

Multiplica el alcance de tus contenidos y de tu prospección.

5A · Analiza

Investiga mercado, cuentas e interlocutores antes de decidir.

5A · Asesora

Prepara reuniones, mensajes, objeciones y negociación.

5A · Automatiza

Convierte tareas repetitivas en flujos que se ejecutan solos.

5A · Actúa

Ejecuta el trabajo operativo del paso de principio a fin.

3H: ChatGPT (investigación avanzada, chats y proyectos, GPTs, agentes) · Gemini o Copilot · Claude Cowork (ejecución operativa, skills).

Estructura y horarios del curso e-learning

10%

30 DE SEPTIEMBRE

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

- **Presentación del curso**, 30 de septiembre 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 de empresa (Discovery Meeting) e identificación de necesidades y objeciones (IA 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.
- **Análisis de la propia realidad comercial** mediante casos y ejercicios, e-learning en horario libre.
- **Puesta en práctica de la teoría**, e-learning en horario libre.

25%

5/10 – 9/10

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

- **Paso 1:** definir o redefinir los criterios estratégicos; qué, a cuánto, a quién, cómo y cuándo vendemos.
- **Paso 2:** plan de acción comercial B2B. Transformar los criterios estratégicos en un plan estructurado y un pipeline claro para generar, priorizar y avanzar oportunidades.
- **Teoría del paso 1 y 2**, contenido grabado en horario libre.
- **Puesta en práctica del paso 1 y 2**, e-learning en horario libre.
- **Implementación del paso 1 y 2**, e-learning en horario libre.
- **Sesión de dudas** de asistencia libre (no obligatoria), 7/10 de 15:30 a 16:30, videoconferencia.

HERRAMIENTAS: IA, CRM como herramienta de planificación.

Estructura y horarios (continuación)

45%

13/10 – 23/10

Segunda etapa (pasos 3 y 4): Prospección digital; identificación y digitalización de clientes potenciales

- **Paso 3:** búsqueda e identificación de clientes potenciales con IA, LinkedIn y Sales Navigator (no me conoce o no conoce mi valor y no me compra).
- **Paso 4:** automatización del proceso de prospección.
- **Herramientas digitales de prospección**, contenido grabado en horario libre, y su puesta en práctica en e-learning.
- **Paso 3 — Búsqueda de clientes potenciales en LinkedIn:** IA, LinkedIn, Sales Navigator y Google, y conseguir emails para enriquecer el CRM y email/emailing, ampliar suscriptores/seguidores en LinkedIn.
- **Paso 4 — Automatización para ampliar contactos en LinkedIn:** suscriptores de newsletter, seguidores de página de empresa, email/emailing mensual y emails para enriquecer el CRM.
- **Sesiones de dudas** de asistencia libre, 14/10 y 21/10 de 15:30 a 16:30, videoconferencia.

HERRAMIENTAS: LinkedIn, Sales Navigator, BBDD, herramienta de automatización, CRM como BBDD, herramienta de búsqueda de emails.

55%

26/10 – 30/10

Tercera etapa (pasos 5 y 6): Identificar leads; despertar la necesidad de compra e identificarlos

- **Paso 5:** signaling. Despertar la necesidad de compra publicando o compartiendo contenidos propios, de terceros o creados con IA, desde LinkedIn y email/emailing.
- **Paso 6:** identificar y registrar empresas y personas interesadas (leads) (me conoce, no me compra).
- **Puesta en práctica del paso 5**, compartir o crear y publicar contenidos en LinkedIn y email/emailing. E-learning en horario libre.
- **Puesta en práctica del paso 6**, identificar empresas y personas interesadas en canales digitales y tradicionales (recomendaciones, ferias, prescripciones, etc.).
- **Sesión de dudas** de asistencia libre, 28/10 de 15:30 a 16:30, videoconferencia.

HERRAMIENTAS: LinkedIn, newsletter de LinkedIn, email/emailing, CRM como identificador de leads.

Estructura y horarios (continuación)

70%

2/11 – 6/11

Cuarta etapa (pasos 7 y 8): Cualificar al lead; presentación de empresa, necesidades y objeciones e inicio de la venta consultiva

- **Paso 7:** conseguir la reunión para identificar necesidades y objeciones del lead (me conoce bien, le conozco bien, no me compra).
- **Paso 8:** inicio del proceso de la venta consultiva. Realizar la reunión, conectar necesidades con la solución y cualificar al lead.
- **Puesta en práctica del paso 7,** conseguir reunión para identificar necesidades y objeciones de compra y cualificar al lead. E-learning en horario libre.
- **Puesta en práctica del paso 8,** realizar la reunión para identificar necesidades, objeciones de compra y cualificar al lead. E-learning en horario libre.
- **Sesión de dudas** de asistencia libre, 4/11 de 15:30 a 16:30, videoconferencia.

HERRAMIENTAS: IA, videoconferencia, CRM como cualificador de leads.

90%

10/11 – 13/11

Quinta etapa (pasos 9 y 10): Venta; preparar y presentar la propuesta comercial, seguimiento, negociación y venta

- **Paso 9:** preparación y presentación de la propuesta comercial, seguimiento, negociación y venta o cierre (me conoce bien, le conozco bien, me compra).
- **Paso 10:** fidelización, up/cross selling y recurrencia.
- **Puesta en práctica del paso 9,** propuesta, seguimiento, negociación y venta. E-learning en horario libre.
- **Puesta en práctica del paso 10,** fidelización, up/cross selling y recurrencia. E-learning en horario libre.
- **Sesión de dudas** de asistencia libre, 11/11 de 15:30 a 16:30, videoconferencia.

HERRAMIENTAS: IA, CRM.

100%

16/11 – 19/11

Presentación del caso práctico final

- Plan de acción comercial integrando todas las herramientas, técnicas y habilidades aprendidas.
- **Preparación y presentación del caso práctico final,** e-learning en horario libre.

Preguntas frecuentes

01 ¿Se puede bonificar el curso por FUNDAE?

Sí, el curso en cualquier formato es **bonificable al 100%**, siempre que se realice el 75% del curso.

02 ¿Cuánto dura este curso y cuál es su modalidad?

Tiene una duración de **siete semanas (50 horas)**, con contenidos y trabajo e-learning en horario libre. **Modalidad 100% e-learning** (contenidos grabados), adaptándose a las necesidades de cada profesional o empresa.

03 ¿El curso es teórico-práctico? ¿Se trabajan casos prácticos reales?

Combina **teoría, práctica, test de consolidación** de cada paso del proceso y la **implementación sobre un segmento de clientes** definido por cada participante (sector, tipo de cliente, área geográfica), para poder escalar lo aprendido a otros segmentos.

04 ¿Qué herramientas, habilidades y técnicas se enseñan?

Herramientas digitales de prospección: IA, LinkedIn, Sales Navigator, automatización, email/emailing y CRM; **habilidades de videoconferencia;** y **nuevas técnicas de negociación y venta** (inteligencia emocional, MAAN, etc.).

05 ¿Cómo se estructura el curso?

Combina **contenidos grabados, aprendizaje e-learning, implementación y sesiones de dudas de asistencia libre**, trabajando las 5 etapas del proceso comercial híbrido.

Qué se lleva el asistente

- El perfil del **comercial híbrido**: la capacidad de integrar su experiencia y criterio con las herramientas digitales para vender más y mejor.
- Una **metodología comercial adaptada** a su actividad y su proceso de venta, que facilite la adopción real de nuevas herramientas digitales y prácticas de venta.
- Diseño de un **plan comercial ejecutable**, con iniciativas concretas para transformar la actividad comercial en resultados.
- Uso de **herramientas digitales** para identificar, atraer y cualificar clientes potenciales con mayor efectividad: IA, LinkedIn, Sales Navigator, automatización, email/emailing y CRM.
- Desarrollo de **habilidades comerciales** adaptadas al nuevo entorno B2B, integrando canales presenciales, de videoconferencia y digitales.
- Aplicación de **nuevas técnicas de venta diferenciales** en contextos digitales, de videoconferencia y presenciales.
- Una forma práctica de **ganar eficiencia comercial** y mejorar la eficacia en entornos digitales, semipresenciales y presenciales.
- Opcionalmente, los asistentes pueden implementar un **CRM** (identifica leads y acompaña en todo el proceso) durante el proceso formativo.

Quién imparte el curso

+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

Andoni Rodríguez de Galarza

- Tras **más de 17 años** creando y dirigiendo empresas en el sector publicitario, y gestionando cuentas como Carrefour, Renault, Desigual o PortAventura, ha centrado su actividad en ayudar a comerciales, equipos comerciales, desarrollo de negocio y marketing B2B a mejorar su desarrollo de negocio, captar nuevos clientes de alto valor, aumentar la venta cruzada y fidelizar mejor a sus clientes actuales.
- Desde 2013 ha formado y acompañado a **más de 6.400 profesionales de la venta** en procesos de planificación comercial, desarrollo de negocio B2B y adaptación a la transformación digital comercial.
- Ha trabajado con profesionales, empresas, instituciones y organizaciones de sectores muy diversos, entre ellas ACCIÓ Generalitat de Catalunya, Adecco, Agència Catalana de Turisme, Atresmedia, Barcelona Activa, BBVA, Caser Seguros, DoubleTrade Spain, Eurecat, Europcar, Foxize School, Geberit Iberia, González Byass, Honda, Lee Hecht Harrison, Nationale-Nederlanden, PIMEC, PRISA Brand Solutions, Start-Up Catalonia, TecnoCampus y Valkiria Hub Space.
- Es **especialista en Venta Híbrida B2B, estrategia y transformación del sistema comercial**. Speaker, formador, consultor, autor de dos libros de ventas B2B y creador de Sales Methodology B2B.

«Nos entendió inmediatamente, nos ilusionó, nos acompañó y nos aportó cambios de comportamiento y resultados muy a corto.»

Francisco Gómez Lucas

CEO Iberia · RR.HH. y formación

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

Noemí Gómez

Directora de Ventas · TMT

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

F. Javier Pérez

Head of Sales Spain · Manutan Group

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

Guillermo Souto

Business Development & Sales Director

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

David Mayolas

Director General · Geberit Iberia

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

Daniel Canelo

Director Comercial · Grupo Corporalía

Reserva tu plaza en el **curso de venta híbrida B2B**

CURSO · E-LEARNING

Formaliza tu inscripción en el aula virtual. Plazas limitadas para garantizar el seguimiento y la implementación individual sobre la realidad comercial de cada participante.

30 sep – 19 nov 2026 · 7 semanas · 50 h · 100% e-learning · 299 € (IVA no incl.) · bonificable Fundae

Inscripción aquí →

<https://aula.ardgconsulting.es/cursos/venta-hibrida-b2b--las-5-etapas-y-los-10-pasos-de-la-venta-hibrida-b2b-46-75?edicion=291&tab=info>