

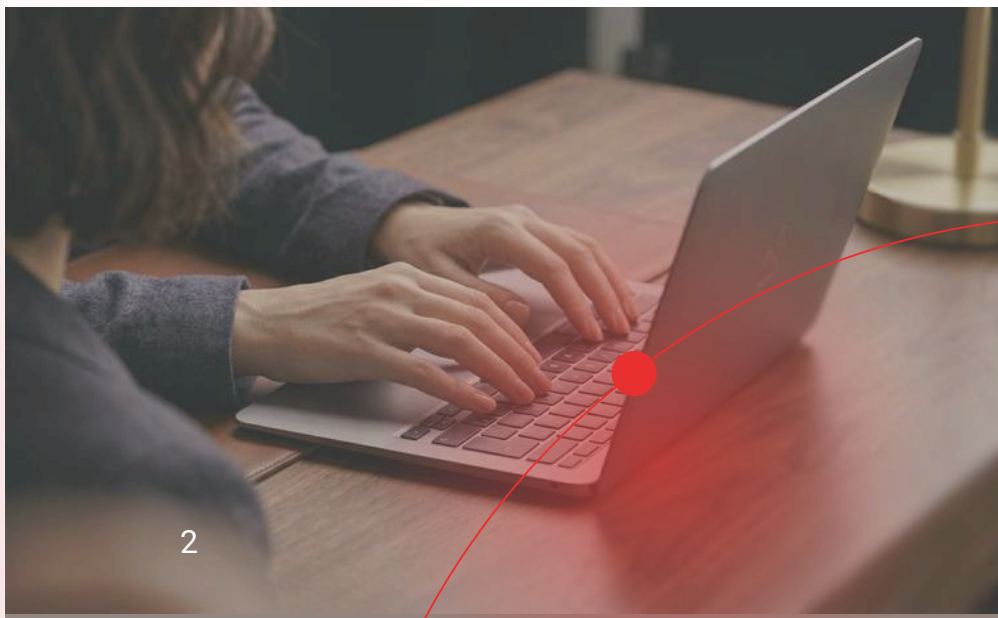
Master in Sales Tech

**PROGRAMAS DE FORMACIÓN
AVANZADA**

Tabla de Contenidos:



Introducción al programa	03
¿Qué conseguirás?	05
Temario:	07
Profesores seleccionados cuidadosamente	35
Sales Business School, la 1ª Escuela especializada en Ventas y Consultoría	38
Convocatoria	42



Transforma tecnología y datos en resultados comerciales reales, convirtiendo tu ecosistema digital en tu mayor ventaja competitiva estratégica

Master in Sales Tech (MSTech) te dotará de la arquitectura de la eficiencia comercial B2B.

Aprenderás a dominar la tecnología comercial de forma completa para dejar de tomar decisiones basadas en la intuición o con información insuficiente, y comenzarás a multiplicar tu productividad y la generación de oportunidades cualificadas. La integración de IA, LinkedIn y CRM ya no es una opción táctica, sino tu mayor ventaja competitiva estratégica

¿Qué es la Triple Certificación?

Las empresas buscan perfiles comerciales diferenciados, que estén certificados y también especializados.

El mercado cambia más rápido de lo que los equipos pueden adaptarse. El programa ejecutivo fusiona nuestras **tres formaciones tecnológicas más potentes en una única experiencia integral**: CRM para Ventas, LinkedIn para Ventas e Inteligencia Artificial para Ventas



¿Qué conseguirás?



Con CRM para Ventas: Convertir tu CRM en el núcleo estratégico y predictivo de tu negocio, dejando atrás la percepción de que es una "herramienta de control" o un problema administrativo. Convertirás los datos en decisiones comerciales basadas en evidencias



Con LinkedIn para Ventas: Transformar LinkedIn de un simple escaparate a tu principal canal predecible de generación de demanda y reuniones B2B. Construirás autoridad de manera no intrusiva y conectarás con los verdaderos tomadores de decisión



Con Inteligencia Artificial: Usar la IA generativa como tu "copiloto estratégico" para automatizar tareas administrativas de bajo valor, cualificar leads con precisión, hiperpersonalizar tu mensaje y multiplicar la productividad diaria de tu equipo

Construye la arquitectura de tu **eficiencia comercial**



OBJETIVOS DEL PROGRAMA

Este programa está diseñado para profesionales y líderes que necesitan dar un salto cualitativo, unificando la prospección digital, la automatización de procesos y el análisis predictivo de datos. Al integrar estas tres palancas, no solo aprenderás a usar herramientas aisladas, sino a orquestrar un ecosistema digital completo que agilice tus tareas, optimice tu embudo de ventas y te posicione como un ejecutivo de negocio del futur

Nuestra **mejor garantía** son los **resultados** que obtienen nuestros **alumnos** al implementar la tecnología en su día a día:



"Llevaba años gestionando estrategia comercial internacional, pero **la velocidad de la IA exige adaptación continua**. En Sales Business School hice un 'stop and go' vital: no solo descubrí herramientas para automatizar la prospección, sino que redefiní mi marca en LinkedIn. **Hoy no gestiono igual que ayer.**" [ir al testimonial](#)



– Albert Baranera,
Senior Advisor Corporate Development



"Quería descubrir nuevas formas de mejorar nuestra gestión comercial y el programa **superó mis expectativas**. La sesión de Inteligencia Artificial fue reveladora y **me abrió la mente a nuevas herramientas y maneras de conectar con los compradores actuales.**" [ir al testimonial](#)



– Alejandro Martínez
Director General



"Encantado de participar en LinkedIn para ventas, **increíble las posibilidades** de esta herramienta y sobre todo cómo explotarla." [ir al testimonial](#)



– Juan Manuel Vázquez García
Sales Manager Distribution



"Un programa muy bueno, muy recomendable, combina mucho conocimiento y experiencia de todos los docentes. **Muy buena elección para mejorar la productividad comercial mediante procesos digitales avanzados.**" [ir al testimonial](#)



Lluís Cedó Margarit
– Head of Sales Diversified

Temario

CRM para Ventas

Acepta el reto de transformar tu enfoque de Ventas: este programa avanzado te sumerge en las mejores prácticas operativas y estratégicas.



FASE 1

DIAGNÓSTICO

Sesión 1 y 2

El coste de la inacción y **definición de objetivos de éxito.**

FASE 2

ESTRUCTURA

Sesión 3 y 4

Arquitectura de la información y estandarización (Modelo BANT).



FASE 4

ESCALADO

Sesión 7 y 8

Aceleradores (IA), toma de decisiones y gestión del cambio.

FASE 3

ADOPCIÓN

Sesión 5 y 6

Gestión diaria, KPIs, dashboards y analítica avanzada.

SESIÓN 9. Evaluación y Certificación. Cierre del Programa y acreditación de competencias mediante el examen final de certificación.

SESIÓN 1

El coste de no tener un CRM: ineficiencias, riesgos y oportunidades perdidas

Identificar los desafíos estructurales y operativos que surgen en empresas sin CRM, y cómo esto afecta a la venta, el reporting y la toma de decisiones.

Contenidos

- Los riesgos de no tener un CRM bien implantado
 - Falta de visibilidad y control del equipo comercial.
 - Inconsistencia en los datos: Información desperdigada en Excel, WhatsApp, emails.
 - Errores en previsiones y pipeline: la información no está actualizada a tiempo.
 - Pérdida de oportunidades por falta de seguimiento: actividades no registradas o no compartidas.
 - Cuellos de botella en reporting: tiempo perdido en consolidar datos manualmente.
 - Falta de coordinación entre departamentos.
 - Impacto en la experiencia del cliente.

Caso práctico: *Diagnóstico y diseño de la estructura de datos comerciales*

1. *Diagnóstico de la situación actual de datos: Cada alumno realizará un mapeo estructurado de cómo se gestiona hoy la información comercial en su empresa, identificando fuentes, flujos, duplicidades y riesgos derivados de la falta de un CRM o de su uso insuficiente.*
2. *Diseño del modelo de datos ideal: A partir del diagnóstico, los alumnos definirán cómo debería organizarse la información en un entorno óptimo, distinguiendo qué datos corresponden al ERP y cuáles deben gestionarse en el CRM, bajo criterios de calidad y consistencia.*

SESIÓN 2

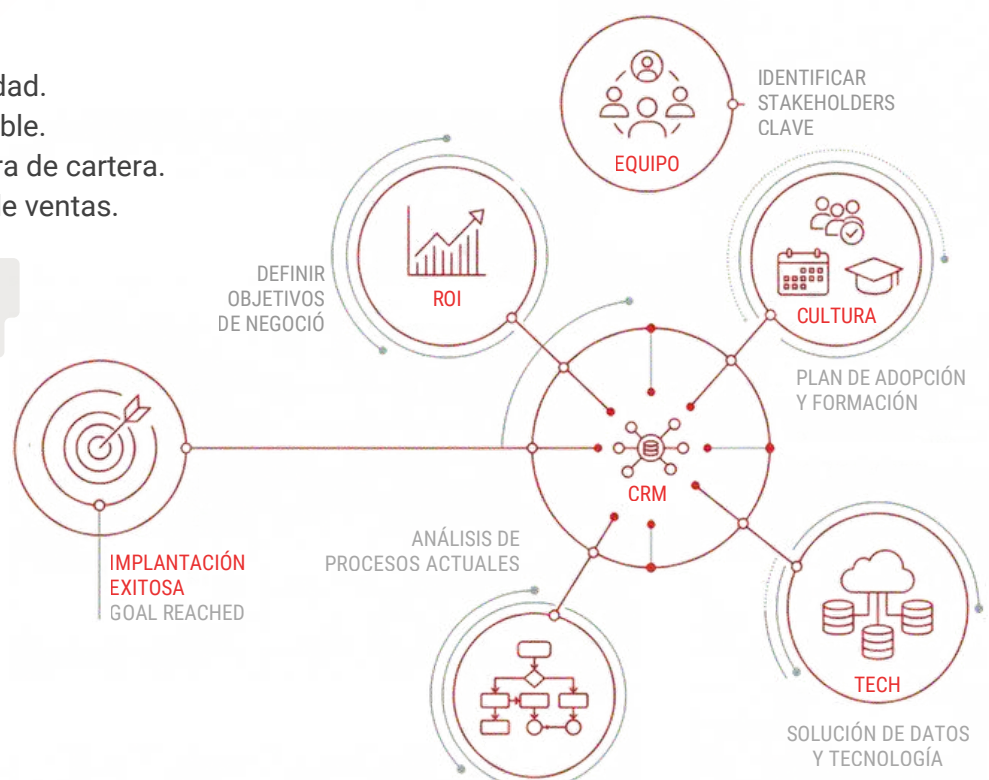
Qué resuelve un CRM y qué objetivos definir para garantizar una implantación exitosa

Conectar problemas reales con las soluciones específicas ofrecidas por un CRM moderno y definir los objetivos de éxito de una implantación.

Contenidos

- Qué aporta un CRM moderno:
 - Visibilidad del pipeline en tiempo real.
 - Aumento de la productividad en más de un 30%.
 - Reducción drástica del esfuerzo de reporting gracias a IA y automatización.
 - Gestión integral de la información y datos de la actividad comercial y marketing. Centralización y disponibilidad de los datos.
 - Datos fiables para tomar decisiones y mejorar previsiones.
 - Homogeneización de los criterios de seguimiento de la actividad comercial y marketing:
 - Geolocalización y gestión de rutas.
 - Integración con el ERP de la empresa.
 - Beneficios según el rol:
 - Equipo de ventas, marketing, dirección comercial, gerencia, etc.
- Cómo definir objetivos:
 - Incremento de actividad.
 - Cualificación más fiable.
 - Mejora de la cobertura de cartera.
 - Reducción del ciclo de ventas.

Caso práctico: Definición de objetivos CRM por equipo.



SESIÓN 3

Estructura fundamental de un CRM: cómo debe organizarse la información

Demostrar la importancia de conceptualizar el proceso comercial antes de plasmarlo en un CRM y sus componentes esenciales.

Contenidos

- Definición del proceso comercial: Cómo identificar y estructurar las etapas del proceso de ventas.
- Entidades fundamentales: cuentas, contactos, oportunidades, actividades, productos y documentos.
- Jerarquía y dependencias: cómo deben relacionarse los datos para evitar duplicidades.
- Ciclo de vida de la oportunidad.

Caso práctico: Mapeo del proceso comercial actual del alumno dentro del modelo de entidades y resultado final esperado dentro del CRM.



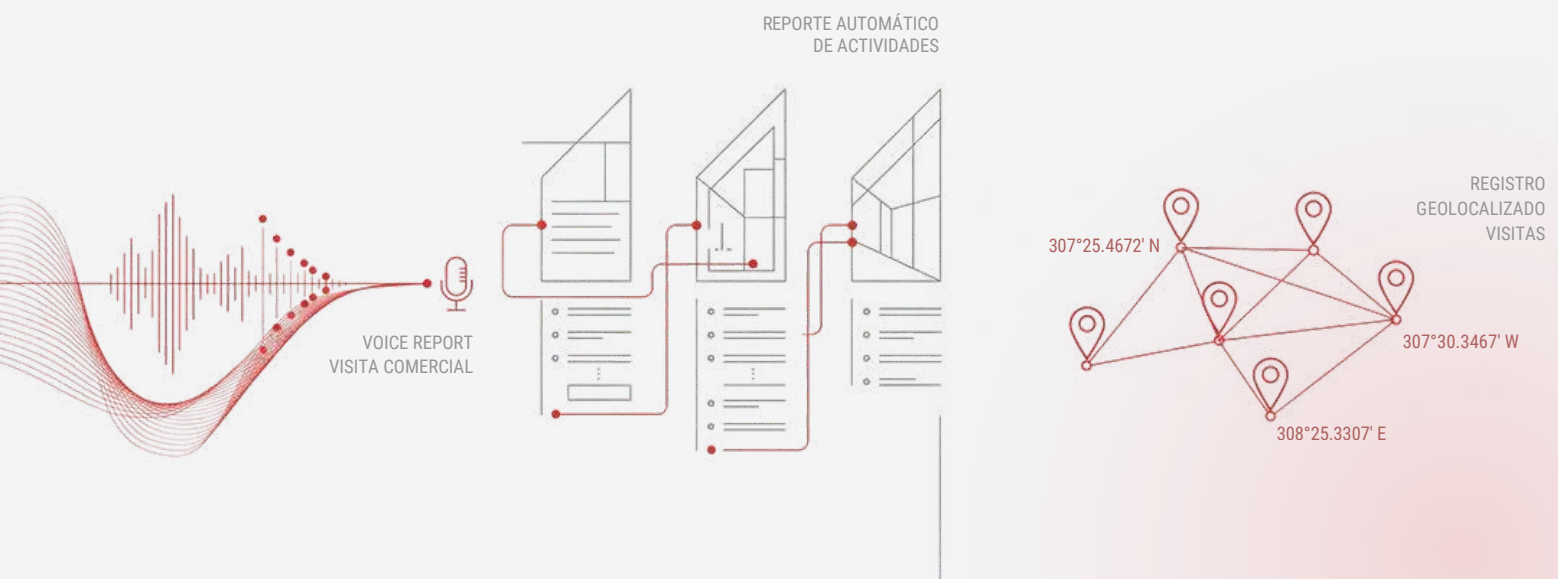
SESIÓN 4

Estandarizar y unificar la información: la base del éxito del CRM

Construir una base de datos ordenada, limpia y operativa para que el CRM genere valor real.

- Superar resistencias al uso: cómo abordar objeciones comunes y fomentar hábitos de registro diario.
- Diseño del playbook de uso: qué debe registrar cada rol y cuándo.
- Flujos de captura de datos: manual, asistido por IA, desde móvil, desde email.
- La importancia del CRM en movilidad: captura instantánea y sin fricción.
- Cómo asegurar que la información fluye desde el terreno:
- Reporting de actividades automático.
- Reporte de visitas comerciales por voz.
- Registro de visitas geolocalizadas.

Caso práctico: taller de normalización de datos y revisión de calidad.



SESIÓN 5

Aprender a llevar el proceso comercial real al CRM y asegurar que los equipos lo usen en su día a día

Construir una base de datos ordenada, limpia y operativa para que el CRM genere valor real.

Contenidos

- Superar resistencias al uso: cómo abordar objeciones comunes y fomentar hábitos de registro diario.
- Diseño del playbook de uso: qué debe registrar cada rol y cuándo.
- Flujos de captura de datos: manual, asistido por IA, desde móvil, desde email.
- La importancia del CRM en movilidad: captura instantánea y sin fricción.
- Cómo asegurar que la información fluye desde el terreno:
 - Reporting de actividades automático.
 - Reporte de visitas comerciales por voz.
 - Registro de visitas geolocalizadas.

Caso práctico: configuración de flujos de captura según el proceso real de cada empresa.

XXXXXX



SESIÓN 6

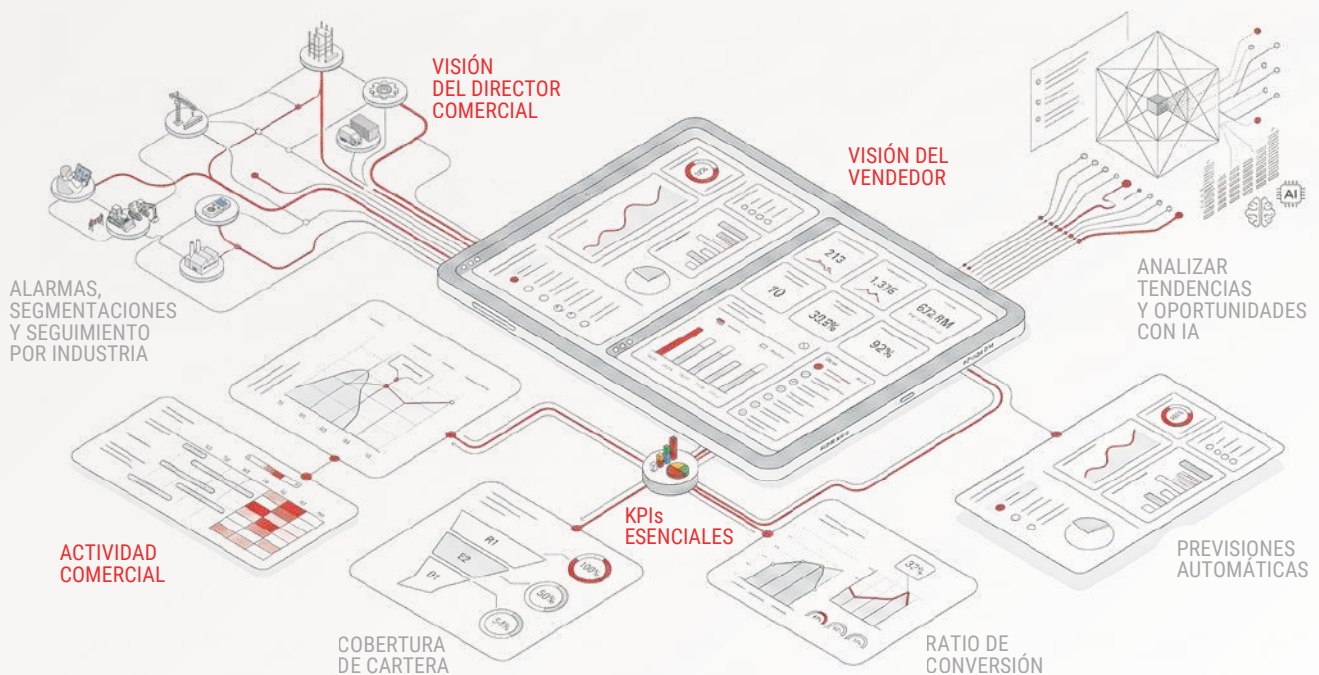
Cómo lograr los objetivos de la compañía con datos: dashboards, KPIs y analítica

Dominar los indicadores clave y crear dashboards accionables que permitan gestionar equipos con precisión. Desde el punto de vista del director comercial y del representante de ventas

Contenidos

- KPIs esenciales:
 - Actividad comercial.
 - Cobertura de cartera.
 - Ratio de conversión por etapa.
 - Previsiones automáticas.
- Cómo construir dashboards que impulsen acción real:
 - Visión del director comercial.
 - Visión del vendedor.
 - Alarmas, segmentaciones y seguimiento por industria.
- Cómo analizar tendencias y oportunidades con IA.

Caso práctico: creación de dashboard personalizado por equipo.



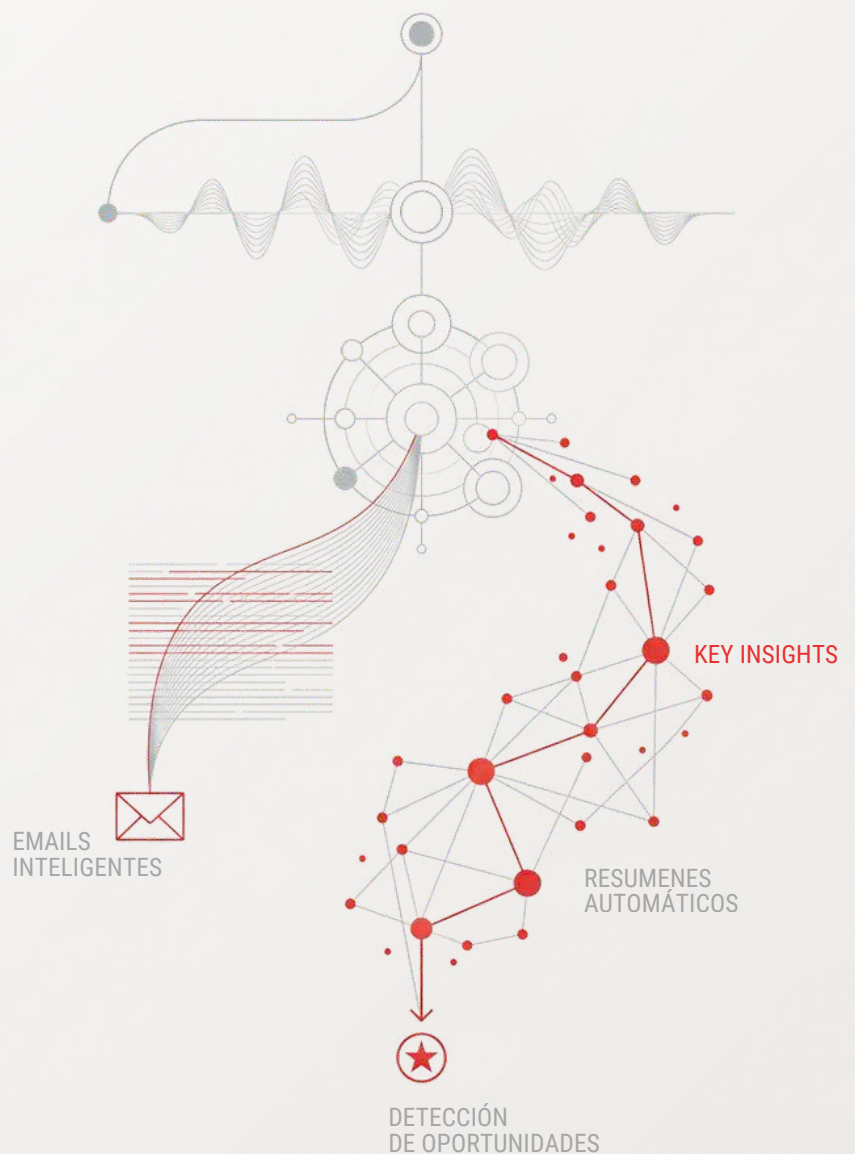
SESIÓN 7

Aceleradores de ventas: funcionalidades avanzadas y ejemplos aplicados

Mostrar herramientas avanzadas que potencian el rendimiento del equipo comercial. Reflexionar sobre cómo solucionar desde el CRM los retos estratégicos de diferentes compañías.

Contenidos

- Funcionalidades aceleradoras:
 - Inteligencia Artificial (IA) aplicada a las ventas: voz, resúmenes automáticos, insights, emails inteligentes.
 - Detección de oportunidades basadas en datos.
 - Aumento de la productividad mediante una app móvil intuitiva.
 - Geolocalización y gestión de rutas optimizadas para aumentar la cobertura de cartera.
 - Integración con ERP para información de pedidos y facturas.
- Casos de uso por industria (distribución, maquinaria, alimentación, servicios...).



SESIÓN 8

Toma de decisión: adquisición, implantación, puesta en marcha y adopción de un CRM

Cómo lograr que el CRM sea aprobado, adoptado, mantenido y defendido por sus equipos.

Contenidos

- Cómo seleccionar un CRM que responda a las necesidades estratégicas de la compañía. Criterios clave.
- Cómo vender internamente un CRM: comunicación, beneficios por rol y quick wins.
- Argumentario relevante personalizado a los perfiles decisores e influenciadores (C-Level).
- Gestión del cambio: resistencia, hábitos y refuerzo positivo.
- Cómo crear “champions” internos.
- Estructura de seguimiento para mantener la disciplina.
- Inteligencia artificial: dónde estamos hoy y su impacto decisivo en las ventas del futuro.

Caso práctico: diseño del plan de adopción y cambio para la empresa del alumno.

SESIÓN 9

Test y Certificación

Contenidos

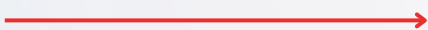
- Realización del test final de certificación

Temario

Inteligencia Artificial para Ventas

Acepta el reto de transformar tu enfoque de Ventas y Marketing tradicional a las nuevas oportunidades de negocio.

Este programa avanzado te sumerge en las mejores prácticas y automatizaciones más efectivas, usando a tu favor la precisión y eficiencia que solo la **Inteligencia Artificial** puede ofrecer.



FASE 1: PREPARACIÓN Y PROSPECCIÓN

FASE 2: CUALIFICACIÓN Y CONTACTO

SESIÓN 1

SESIÓN 2

SESIÓN 3

SESIÓN 4

ANÁLISIS

POSICIONAMIENTO

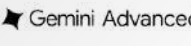
CUALIFICACIÓN

MENSAJERÍA

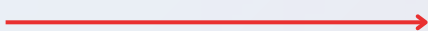


Gemini
Google Sheets
Prompting


Búsqueda
Multiformato


Maps/Lens/YouTube
Apps (Calculadora ROI)
Web Creation / Audio


Canva
LinkedIn Research
Generación Email/Img



FASE 3: CONEXIÓN Y PROPUESTA

FASE 4: CIERRE Y ESCALADO

SESIÓN 5

SESIÓN 6

SESIÓN 7


SESIÓN 8

GENERACIÓN CONTENIDO

POSICIONAMIENTO

AUTOMATIZACIÓN

CIERRE Y AGENTES


Gamma
Google Slides / Gamma
Google Vids
Google Meet (Resúmenes)


Gemini
at Work
Cadencias
IA en Sheets
Metodología BASHO
Preparación Reunión


Alertas Automáticas
Acciones Programadas


Gems
NotebookLM
NotebookLM
Gems (Agentes)
Simulador Negociación

SESIÓN

8. Test de certificación Programa Avanzado Inteligencia Artificial para Ventas

SESIÓN 1

Prospección. Analizar el territorio para plan de Ventas

Conceptos clave de la IA

Empezaremos a desarrollar conceptos clave de la IA: evolución, tipos de IA y sus aplicaciones en el ciclo de Ventas. Impacto de la IA en Ventas: tiempos, colaborar y escalar.

Prompting Engineer: optimizar las instrucciones a la IA

Dominaremos el diseño y la optimización de las instrucciones para IA. Introducción PTCF (People, Task, Context y Format). Herramientas clave, como Gemini o Perplexity.

Entiende tu mercado potencial

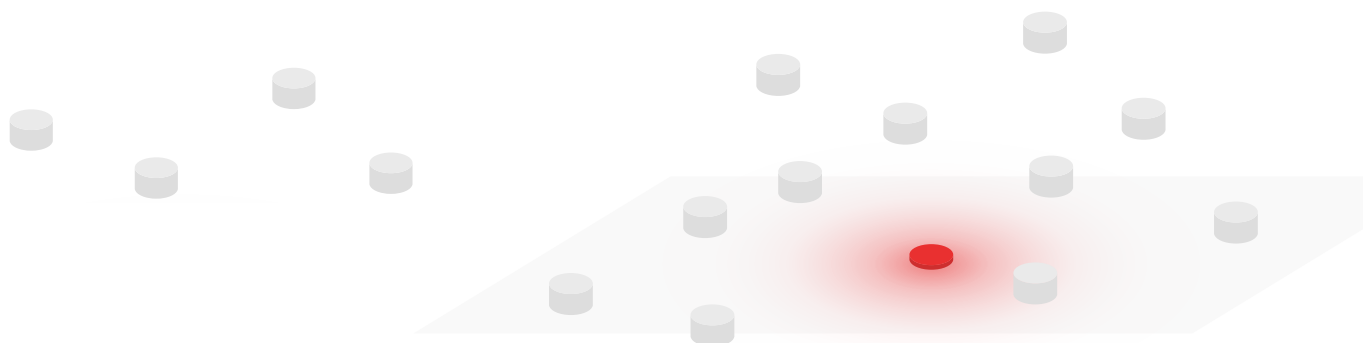
Profundizarás en el conocimiento de tu mercado potencial. Encontrarás el ICP (Ideal Customer Profile). Descubrirás tus diferenciadores clave, explorando tu posicionamiento.

Investigación de mercado

Realizaremos una investigación profunda de mercado. Resúmenes interactivos para Research de insights (extraer información clave de grandes conjuntos de datos) sobre PDF's e informes.

Investigación de cuentas y negocios

Haremos un listado de cuentas objetivos. Construiremos una tabla. Daremos pesos a distintas variables. Para hacer cálculos y nuevas columnas en una tabla generada por IA.



SESIÓN 2

Posicionamiento en Mercado y Social Selling

Potencia tus habilidades y personaliza tu IA

Reforzarás tus habilidades de promoción (promoting skills) para destacar en el entorno comercial digital. Además, aprenderás a configurar y personalizar tu propio Gemini para que actúe como un asistente especializado alineado con tus objetivos específicos.

Domina el análisis de mercado avanzado

Profundizarás en el análisis de mercado enfocado en tu ICP de ventas. Utilizarás la búsqueda multiformato mediante la carga de ficheros para extraer información estratégica de documentos e informes de manera instantánea.

Identifica perfiles y puntos de dolor

Aprenderás a detectar de forma precisa el Perfil Clave dentro de una organización. Analizarás sus "Pain points" (puntos de dolor) críticos para construir una propuesta de valor que resuelva sus necesidades reales.

Diseña tu estrategia de captación

Construirás un plan de Outreach sólido y estructurado para contactar con tus clientes potenciales. Definiremos una cadencia social efectiva y aprenderás a utilizar la generación de eventos como motor de captación de leads.

SESIÓN 3

Mejora el ratio de oportunidad. Cualifica leads con IA

Razonamiento avanzado y Prompts flexibles

Dominarás la técnica de Prompt Chain of Thought (cadena de pensamiento) para que la IA resuelva problemas complejos paso a paso. Aprenderás a diseñar Prompts Flexibles que se adapten dinámicamente a diferentes situaciones, mejorando la precisión de tus respuestas.

Investigación profunda (Deep Research)

Realizarás un Deep Research exhaustivo para investigar el modelo de negocio de tus prospectos y eventos clave del sector. Aprenderás a enriquecer tus listados de leads con información estratégica y a investigar a la competencia para detectar oportunidades de mercado.

Inteligencia Multimodal y Geolocalizada

Explorarás el potencial de YouTube, Maps con IA para analizar videos y datos visuales de tus clientes. Además, utilizarás la IA para optimizar tus rutas comerciales, asegurando una gestión del tiempo mucho más eficiente.

Estrategia competitiva y activos de valor

Diseñarás campañas específicas contra la competencia y definirás tu USP (Propuesta Única de Venta) y propuesta de valor personalizada para cada rol. Crearás un listado de iniciativas estratégicas para cada cuenta.

Creación de herramientas y contenido de impacto

Aprenderás a generar activos digitales potentes: desde infografías y sitios web hasta archivos de audio personalizados. Incluso desarrollarás tus propias herramientas prácticas, como una Calculadora de ROI, para tangibilizar el valor de tu oferta.



SESIÓN 4

Envío de mensajes personalizados: Conexión real

Estrategias de Hiper-Personalización

Dominarás el uso de prompts específicos para personalizar cada interacción de manera automática. Aprenderás a redactar emails hiper-personalizados que capten la atención inmediata del destinatario, utilizando ejemplos y comparando diferentes versiones para elegir la de mayor impacto.

Investigación profunda en LinkedIn

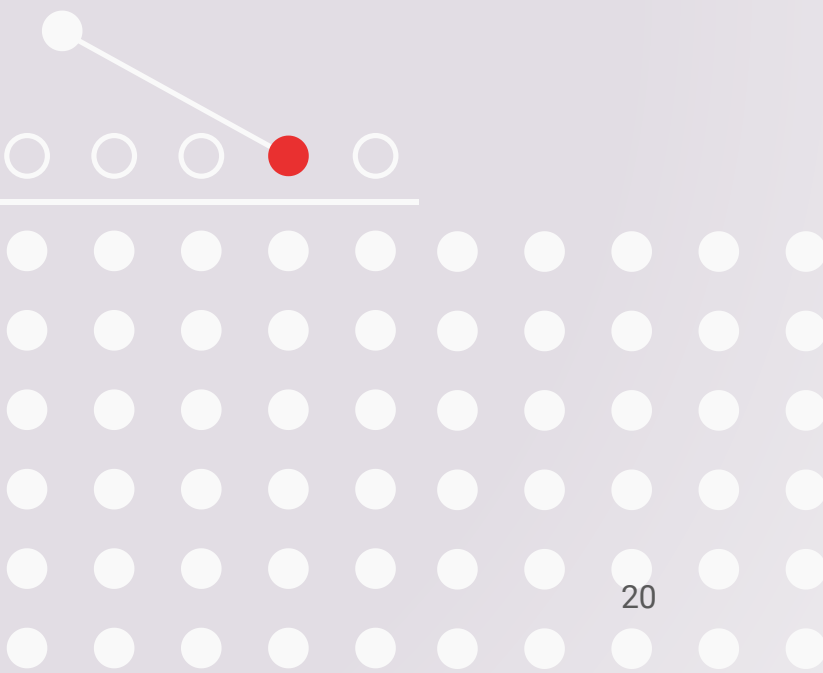
Profundizarás en el Research de LinkedIn para entender a fondo a la persona clave de cada cuenta. Analizarás su trayectoria y publicaciones para alinear tu mensaje con sus prioridades actuales, logrando una conexión auténtica y relevante.

Propuesta de valor: Impacto y Retorno

Desarrollarás una propuesta de valor basada en el Retorno de Inversión (ROI). Aprenderás a cuantificar el impacto de tu solución para que el cliente perciba claramente el beneficio económico y estratégico de trabajar contigo.

Creatividad Visual y Cadencias de Contacto

Llevarás tus mensajes al siguiente nivel generando emails con imágenes personalizadas. Integrarás Canva en tu flujo de trabajo para crear listados editables y diseños profesionales que refuercen tu mensaje visualmente. Todo esto, estructurado bajo una cadencia de contacto lógica y persistente.



SESIÓN 5

Genera contenido para tus leads. Mejora el ratio de captación

Fundamentos de IA y Prompting

Domina la interacción con IA aprendiendo técnicas de prompting (One-Shot vs. Chain-of-Thought) y a personalizar tus instrucciones para cada Venta. Distingue estratégicamente cuándo usar modelos de IA puros frente a herramientas comerciales con IA integrada.

Enriquecimiento Inteligente de Cuentas

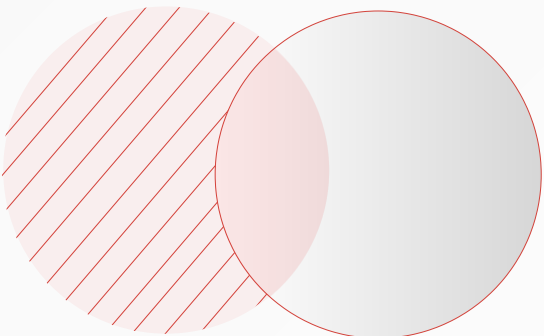
Usa la IA para potenciar el conocimiento de tus cuentas. Aprende a investigar eventos y noticias, analizar contenido multimedia (vídeos, webinars) para extraer insights clave y a optimizar tus rutas comerciales y la planificación de visitas.

Diseño de Campañas Estratégicas con IA

Aplica la IA en la planificación para investigar el modelo de negocio y la competencia de tus clientes. Identifica a las buyer personas clave y utiliza los datos para generar una propuesta de valor (USP) y un listado de iniciativas comerciales a medida.

Ejecución de Alcance Hiper-Personalizado

Aprenderás a realizar comunicaciones de alto impacto. Automatiza la investigación en LinkedIn para una personalización profunda y aplica el modelo AIDA con la IA para redactar borradores de correos persuasivos, incluyendo ejemplos concretos y relevantes.



SESIÓN 6

Conexión con Cadencias y Estrategia de Reunión

Dominio de las Cadencias de Ventas

Aprenderás a estructurar Cadencias de Ventas efectivas que mantengan el interés de tus leads a lo largo del tiempo. Dominarás la preparación de BASHO-cadencias, diseñando mensajes individuales de alto impacto que rompan el ruido y generen respuestas.

Preparación de reuniones de alto nivel

Te prepararás para el éxito antes de entrar en la sala. Utilizarás la IA para perfeccionar tus reuniones y skills, asegurándote de tener todos los puntos clave bajo control y una estrategia de comunicación clara para cada interlocutor.

Potencia tus datos con IA en Sheets

Llevarás tu organización al siguiente nivel mediante el refuerzo del uso de la IA en Google Sheets. Aprenderás a automatizar el análisis de tus contactos y prospectos directamente desde tus hojas de cálculo, ganando velocidad y precisión

Aprendizaje práctico y colaborativo

Pondrás en práctica todo lo aprendido mediante la preparación de ejercicios prácticos y dinámicas en grupo. A través de explicaciones detalladas y la colaboración con tus compañeros, consolidarás las habilidades necesarias para ejecutar cadencias de éxito.



SESIÓN 7

Automatizaciones y Escala Operativa

Revisión y Optimización Estratégica

Realizaremos una revisión profunda de ejercicios y prompts desarrollados anteriormente. Analizaremos tus presentaciones para asegurar que el mensaje sea coherente y potente, ajustando cada detalle para maximizar la eficacia de tus herramientas de venta

Sistemas de Alertas Inteligentes

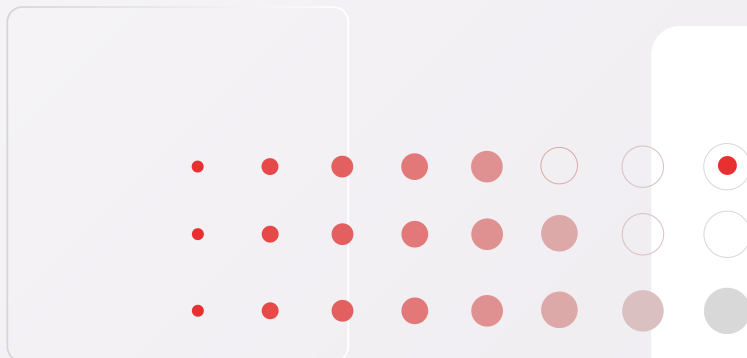
Aprenderás a configurar alertas automáticas que te mantengan informado sobre movimientos clave en tu mercado. No volverás a perder una oportunidad relevante por falta de información en tiempo real.

Acciones Programadas por Segmento

Dominarás la ejecución de acciones programadas adaptadas específicamente por industria, cuenta o mercado. Aprenderás a automatizar flujos de trabajo que se activen según el comportamiento de tus competidores o cambios en el entorno de tus clientes.

Entrenamiento Práctico Final

Consolidarás tus conocimientos mediante una ejecución preparada de automatizaciones. Pondrás a prueba tus sistemas en un entorno controlado para asegurar que, al escalar tus ventas, la calidad y la personalización se mantengan intactas.



SESIÓN 8

Cierre y Escalar ventas: El futuro con Agentes

Teoría Avanzada: Agentes vs. RAG

Explorarás la frontera tecnológica de la inteligencia artificial aplicada a los negocios. Aprenderás las diferencias fundamentales entre los Agentes autónomos (capaces de ejecutar tareas) y el RAG (Generación Aumentada por Recuperación), entendiendo cómo cada uno puede transformar tu proceso de cierre.

Automatización y Ecosistema de Agentes

Llevarás tu productividad al siguiente nivel mediante la automatización de tareas complejas. Aprenderás a configurar Agentes y Gemmas especializados que actúen como asistentes expertos en diferentes etapas del ciclo de venta, permitiéndote escalar tu actividad sin perder calidad.

Simulación de Negociación y Preparación

Utilizarás la IA como tu campo de entrenamiento. Aprenderás a configurar escenarios para simular negociaciones difíciles y preparar llamadas o emails de cierre con una precisión quirúrgica, anticipándote a las objeciones del cliente antes de que ocurran.

Gestión del Conocimiento

Centralizar y compartir todo tu conocimiento estratégico a traves de la IA. Aprenderás a crear bases de información inteligentes por cuenta o industria, facilitando la creación de newsletters especializadas y propuestas de valor altamente informadas.

SESIÓN 9

Test y Certificación

Evaluación integral de conocimientos

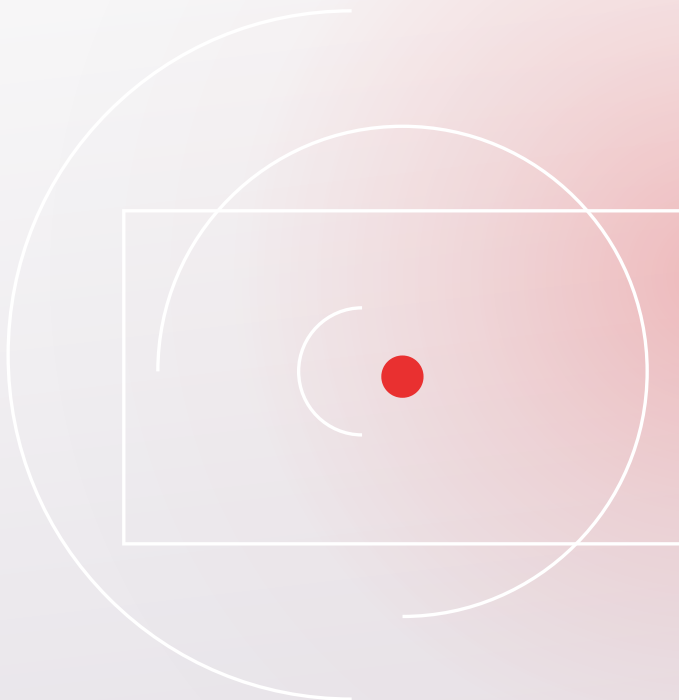
Completa un test que cubre todos los aspectos esenciales del programa para demostrar tu comprensión y habilidad en la aplicación de la IA en las estrategias de Ventas.

Reflexión y autoevaluación

Participa en una sesión de reflexión para revisar tu progreso a lo largo del programa, identificando áreas de fortaleza y oportunidades para el desarrollo continuo.

Certificación

Obtén una certificación que valida tus nuevas habilidades y conocimientos en Inteligencia Artificial (IA) para Ventas, reforzando tu perfil profesional y abriendo nuevas oportunidades en tu carrera.



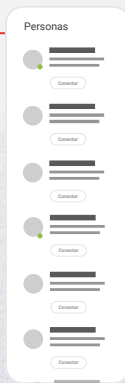
Temario

LinkedIn para Ventas

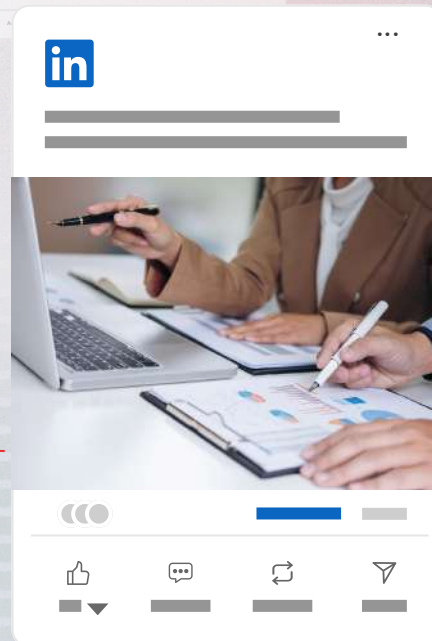
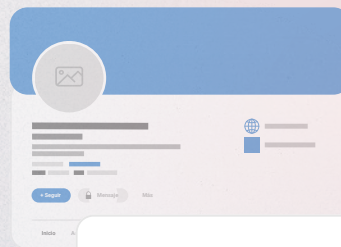
Incorpora a tu actividad comercial y de marketing nuevas metodologías para la generación y gestión de leads a través de LinkedIn. **Destaca tu propuesta de valor de manera diferenciada.**



Diseña y ejecuta una estrategia de contenido orgánico para destacarte y conectar con clientes potenciales.



Optimiza tus procesos con LinkedIn



Experiencias



Construye una presencia estratégica en LinkedIn para mostrar autoridad y atraer decisores sin buscarlos.



Domina un sistema de conversación en DMs que transforme interacciones diarias en oportunidades de negocio de manera sutil y sin parecer una venta.

SESIÓN 1

El perfil en proyectos de generación de negocio

Repensando todas las secciones del perfil

Aprenderás a revisar cada sección de tu perfil —desde el titular hasta los destacados— para alinear todo con tus objetivos de negocio y atraer a tus potenciales clientes.

Cómo construir autoridad y transmitir credibilidad y confianza desde el perfil

Descubrirás cómo usar pruebas sociales, testimonios, experiencia y lenguaje persuasivo para proyectar autoridad profesional y generar confianza inmediata.

Qué haces por tus clientes potenciales, con qué clientes trabajas, cuál es la envergadura de tus proyectos

Te enfocarás en comunicar claramente el valor que ofreces, con ejemplos específicos que muestren a quién ayudas, cómo lo haces y el impacto real de tus proyectos.

Mostrando que ya has tenido éxito con clientes similares

Aprenderás a destacar casos de éxito y resultados concretos que validen tu experiencia y refuercen tu credibilidad ante nuevos prospectos similares.

Práctica: desarrolla tu propuesta de perfil con el enfoque visto

Aplicarás todo lo aprendido para redactar una versión optimizada de tu perfil, alineada con tu estrategia de generación de negocio en LinkedIn.



SESIÓN 2

El análisis de la red de contactos

El buscador avanzado en las cuentas gratuita

Explora todo el potencial del buscador gratuito de LinkedIn: combina filtros como sector, ubicación y cargo para encontrar perfiles clave sin necesidad de herramientas de pago.

El buscador de la cuenta LinkedIn Sales Navigator

Conoce las funcionalidades avanzadas de Sales Navigator, cómo segmentar con precisión, guardar leads y hacer seguimiento estratégico de tus prospectos ideales.

LinkedIn busca etiquetas, no entiende de significados

Entiende cómo funciona el motor de búsqueda de LinkedIn, basado en palabras clave y etiquetas, y aprende a usar los términos adecuados para mejorar tus resultados.

Cómo analizar la presencia de tu target en tu red de contactos

Aprenderás a auditar tu red actual para saber si ya tienes en ella decisores clave, cuántos hay, cómo interactúan y qué acciones tomar para fortalecer esos vínculos.

Práctica: analiza la presencia de tu target decisor en tu propia red

Aplicarás lo aprendido haciendo un análisis real de tu red para identificar cuántos contactos cumplen con el perfil de cliente ideal y qué acciones puedes tomar con ellos.



SESIÓN 3

Construcción de la comunidad

Un contacto no activo, es una puerta cerrada

Aprenderás a identificar los perfiles que no interactúan en LinkedIn y por qué no conviene centrar esfuerzos en ellos, ya que no ofrecen oportunidades de conversación ni visibilidad.

Cómo localizar a los contactos activos

Te enseñaremos a detectar señales de actividad como publicaciones, comentarios y reacciones que indican que un contacto está presente y puede convertirse en una oportunidad real.

Mensajes para conectar con contactos activos

Verás ejemplos y estructuras de mensajes efectivos para conectar con personas activas, creando vínculos relevantes desde el primer contacto y aumentando tu tasa de respuesta.

Cómo acercarnos a contactos no tan activos

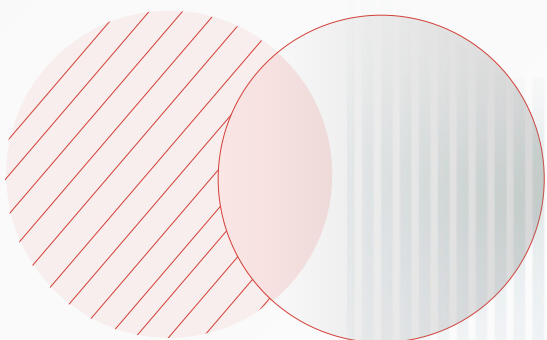
Aprenderás estrategias para iniciar relación con perfiles menos activos sin parecer invasivo, generando interés y abriendo la posibilidad de futuras interacciones.

Mensajes para invitar a contactos poco activos

Descubre fórmulas de mensajes que despiertan curiosidad y conexión, incluso en contactos con baja actividad, aumentando las probabilidades de que acepten tu invitación.

Práctica: elabora algunos mensajes según los ejemplos vistos

Pondrás en práctica todo lo aprendido creando mensajes reales adaptados a distintos tipos de contactos, para usar directamente en tus campañas de conexión.



SESIÓN 4 | La estrategia de contenidos (I)

Los pilares del plan de contenidos

Identificarás los grandes temas sobre los que debe girar tu comunicación para conectar con tu audiencia, posicionarte como referente y mantener una línea coherente en el tiempo.

Tipos de contenidos según el nivel de *awareness*

Aprenderás a crear contenidos adaptados al grado de conciencia del cliente: desde educar a los que no te conocen hasta convertir a los que ya están listos para comprar.

Ejemplos de contenidos según el *awareness*

Verás ejemplos claros de publicaciones adaptadas a cada etapa del viaje del cliente, para inspirarte y crear contenido más intencional y estratégico.

El papel de los Hooks en los posts

Descubrirás cómo captar la atención desde el primer segundo con ganchos efectivos que hacen que el usuario se detenga, lea y quiera interactuar con tu publicación.

El propósito de todo contenido y los CTAs o “llamada a la acción”

Verás cómo cada contenido debe tener un objetivo definido y cómo usar llamadas a la acción para guiar a tu audiencia hacia la siguiente etapa del embudo.

El plan de contenidos semanal

Aprenderás a organizar tus publicaciones en una estructura semanal clara que te permita mantener la constancia, variedad y equilibrio entre visibilidad, valor y conversión.

El *spreadsheet* de control de *engagement*

Te llevarás una plantilla para medir el rendimiento de tus publicaciones y hacer seguimiento de métricas clave como alcance, interacciones y oportunidades generadas.

La estrategia de interacción con contenidos de terceros

Verás cómo interactuar con publicaciones de otros te posiciona, aumenta tu visibilidad y te permite acercarte a prospectos de forma natural y orgánica.

SESIÓN 5

La estrategia de contenidos (II)

Cómo la IA te ayuda a potenciar tu estrategia

Aprenderás a usar herramientas de inteligencia artificial para generar ideas, mejorar redacción, reformular contenidos y escalar tu presencia con menor esfuerzo.

Práctica: mejora contenidos con la IA

Aplicarás lo aprendido usando IA para optimizar tus propios contenidos, mejorar títulos, claridad del mensaje y efectividad de tus llamadas a la acción.



SESIÓN 6

La estrategia de DMs o mensajes directos en LinkedIn (I)

Creando contexto/relación antes de enviar un DM

Antes de enviar un mensaje directo, es clave establecer un contexto que facilite la conversación. Verás cómo generar cercanía a través de interacciones previas y puntos en común.

Los DMs como continuación de conversaciones iniciadas en posts, eventos o comentarios

Aprenderás a identificar oportunidades para llevar una conversación pública al ámbito privado, dándole continuidad a un intercambio genuino y sin parecer intrusivo.

Otras interacciones que dan pie a abrir conversaciones por DM

Verás cómo distintos gestos dentro de LinkedIn —aunque sutiles— pueden servir como excusa para abrir una conversación por privado, aprovechando el interés mostrado por el contacto.

- Visitan tu perfil
- Se convierten en “Seguidores” de tu actividad
- Te invitan a conectar
- Aceptan tu invitación a conectar
- Se inscriben a tu evento
- Comentan o hacen “like” a uno de tus posts o comentarios
- Responden a tus comentarios sobre sus comentarios
- Siguen a referentes de tu industria

SESIONES 7

La estrategia de DMs o mensajes directos en LinkedIn (II)

Cómo iniciar la conversación

Aprenderás a iniciar conversaciones de forma natural, sin sonar forzado ni comercial, usando contexto compartido, interés genuino o interacciones previas como punto de partida.

Detección y exploración del problema

Descubrirás cómo hacer preguntas estratégicas que te ayuden a entender los retos reales del contacto, sin parecer invasivo, generando una conversación empática y útil.

Confirmación del diagnóstico

Te enseñaremos cómo resumir lo que has comprendido del problema del contacto, validando tu percepción y mostrando que has escuchado activamente, generando confianza.

Aportación de valor

Verás cómo aportar una idea, recurso, pregunta poderosa o sugerencia útil que le haga ver tu experiencia, sin necesidad de vender, para abrir el camino hacia una colaboración.

Sugiriendo la llamada

Aprenderás cómo proponer una llamada o reunión de forma sutil, respetuosa y natural, alineando el interés mutuo y sin presión, aumentando la probabilidad de que te diga que sí.

El *mindset* a tener en cuenta

Trabajarás la mentalidad con la que debes encarar cada conversación: enfocarte en aportar, escuchar y conectar con autenticidad, sin necesidad de “cerrar” en cada mensaje.



SESIÓN 8

Herramientas recomendables para ejecutar la estrategia

Cómo gestionar el buzón de LinkedIn de forma eficiente

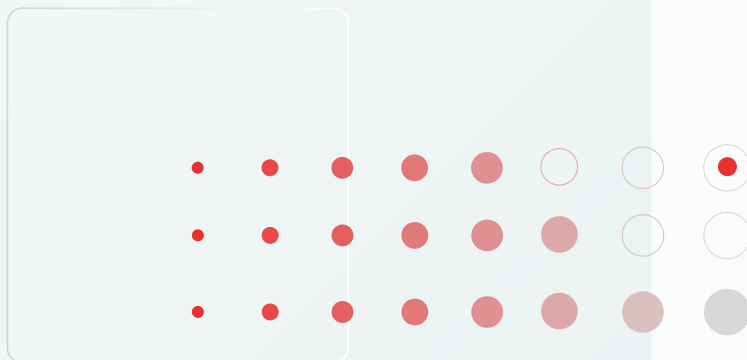
Aprenderás a organizar tus mensajes, usar etiquetas, anclar conversaciones y responder con agilidad para no perder oportunidades y mantener una bandeja de entrada productiva.

Construcción y control de listas de prospectos y referentes

Verás cómo crear listas claras y organizadas de prospectos y referentes para darles seguimiento, priorizar contactos clave y mantener una visión estratégica de tu red.

Otras opciones

Explorarás herramientas externas y complementarias a LinkedIn que te ayudarán a automatizar tareas, medir resultados y escalar tu estrategia de prospección de forma inteligente.



SESIÓN 9

Test y Certificación

Evaluación integral de conocimientos

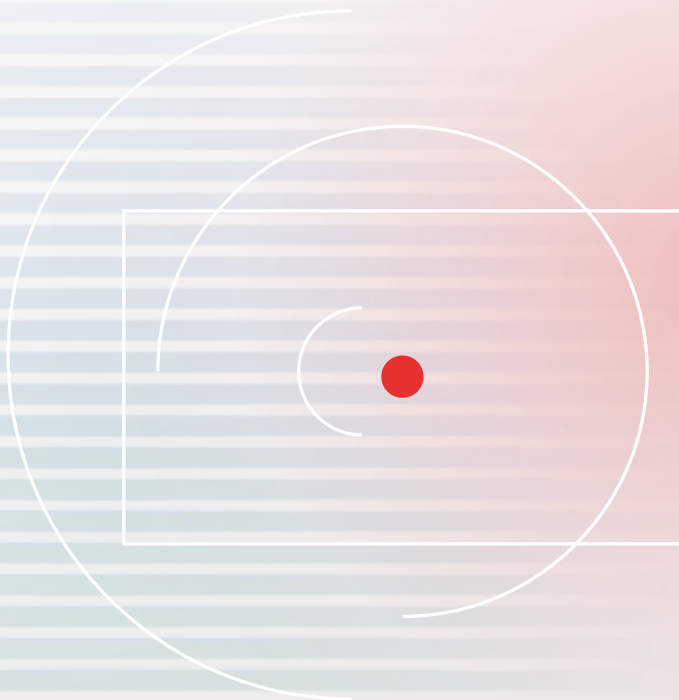
Completa un test que cubre todos los aspectos esenciales del programa para demostrar tu comprensión y habilidad en la aplicación de las estrategias de ventas en LinkedIn.

Reflexión y autoevaluación

Participa en una sesión de reflexión para revisar tu progreso a lo largo del programa, identificando áreas de fortaleza y oportunidades para el desarrollo continuo.

Certificación de logros

Obtén una certificación que valida tus nuevas habilidades y conocimientos de LinkedIn en Ventas, reforzando tu perfil profesional y abriendo nuevas oportunidades en tu carrera.



Profesores seleccionados cuidadosamente, con experiencia en grandes empresas tecnológicas



Pedro de Vicente
Profesor de LinkedIn

Licenciado en Psicología, con MBA en Marketing y Gestión Comercial, MBA en Administración y gestión de empresas, y Máster en Marketing Digital.

Profesor de LinkedIn, ponente del IE Business School y la Escuela de Organización Industrial. Además, es CEO de la Agencia especializada en ventas B2B: Exprimiendo LinkedIn.



Jorge Gil Peña
Profesor en Inteligencia Artificial

Ingeniero informático con estudios en varias universidades prestigiosas y experiencia laboral en empresas de software como Salesforce, Telefónica, Indra, Deloitte e IBM.

Fundador de startup de eLearning y actual Scaleup Manager de Transformación Digital en Google, además de profesor en Sales Business School.



Miguel Arroja
Profesor en Inteligencia Artificial

International Master in Business Administration (Católica-Lisbon), con formación ejecutiva en Harvard e IESE. Fue Regional Vice President en Salesforce y actualmente es Sales Director en Deepgram.

Especialista en liderazgo de ventas, escalado de ingresos (ARR) y estrategia comercial en mercados globales para el sector tecnológico. Actualmente es Sales Director en Deepgram y profesor en Sales Business School.



Víctor Costa

Licenciado en Ciencias Empresariales, Máster en Dirección Comercial y Marketing en el IE Business School y Máster en Intl. Management (INSEAD). Ha trabajado durante 14 años en Microsoft y es fundador y CEO de Advanced Consulting y Sales Business School.





**Joaquín
Paladino Casas**

Es un perfil híbrido con más de **15 años** de experiencia, que ha evolucionado desde la ingeniería de producto y la gestión de proyectos en la industria automotriz hacia la arquitectura de soluciones y preventa en el sector **SaaS (Software as a Service)**.

Actualmente se desempeña como **Pre-Sales Manager en Sage**.



**Joan Carles
Colet**

Es un directivo de alto nivel con **más de 25 años de trayectoria** en el sector de las Tecnologías de la Información (IT).

Actualmente ocupa el cargo de Sage Sales Management Director para Iberia, siendo el responsable de la estrategia y resultados en el área comercial en España y Portugal.



**Luis
Martínez Villarroel**

Después: Es un ejecutivo senior con **más de 20 años de experiencia** especializado en la dirección comercial, preventa y consultoría de soluciones tecnológicas complejas.

Actualmente ocupa el cargo de **Director de Servicios Profesionales y Enablement de Sage Sales Management en Sage**, donde lidera la estrategia de ventas para el segmento de medianas empresas.



**Fran
Marchan**

Es un líder estratégico en marketing y producto con una trayectoria de **más de 20 años** en el sector tecnológico y de software de gestión empresarial.

Actualmente es el **Product Marketing Manager de Sage 200** en España, donde es responsable de definir la visión, estrategia y planes de crecimiento para una de las soluciones ERP más críticas de la compañía.



**Método de enseñanza
Práctica**



Perspectiva Internacional



**Cargos con
Responsabilidad en Ventas**



Profesionales en Activo



**Experiencia
en Grandes Empresas**



Directivos de Éxito

1ª Escuela de Negocios Especializada en Ventas

*¿Quién está detrás
del Programa de
Formación Avanzada
de CRM para Ventas?*



Sales Business School nació con el objetivo de profesionalizar la función comercial y la Consultoría de Ventas. Desde nuestros inicios, contamos con una experiencia de más de 30 años en los sectores de la Venta Relacional y la Consultoría de Negocios al más alto nivel.

Fruto de esta experiencia y de la detección de una necesidad en el mercado de los profesionales especializados en las Ventas, en Sales Business School damos prioridad a una enseñanza y un aprendizaje altamente práctico, participativo y colaborativo.

Formaciones de Ventas *creadas por directivos en activo, comprometidos con transformar el área comercial*



ADAPTADAS A PROFESIONALES EN ACTIVO

Aprendizaje práctico para perfiles de alta ocupación que desean equilibrio entre formación continua y responsabilidades laborales y familiares.



CONECTANDO ESFUERZOS INDIVIDUALES CON METAS GENERALES

Alineamos las formaciones especializadas con los objetivos específicos de tu empresa.



METODOLOGÍA DE VENTAS PROBADA

Estableciendo la estructura en etapas clave durante todo el proceso, permitiendo predecir las oportunidades y áreas de mejora en cada caso.



FORMACIÓN CERTIFICADA

Certificación demandada por las más importantes compañías del mercado. Con evaluación de Casos Prácticos, Test de Conocimientos y Valoración Cualitativa Individualizada.



Alianzas Estratégicas con Sage



El programa integra el know-how directo Sage Sales Management, líder global en software de gestión

Esta colaboración permite a los alumnos formarse con las mejores prácticas de la industria, acceder a metodologías de implantación probadas en miles de empresas y dominar herramientas de vanguardia con visión de fabricante.

● **CRM
PARA VENTAS**

*¿Por qué
Sales Business School?*

Alianzas Estratégicas con Harvard



**Harvard
Business
Publishing**
Education

CONTENIDOS Y CASOS PRÁCTICOS DE HARVARD BUSINESS PUBLISHING

Nuestra alianza estratégica con Harvard Business Publishing nos permite ofrecer a nuestros alumnos una selección de contenidos de referencia -obtenidos de su base de datos compuesta por más de 50.000 artículos, documentos y casos prácticos de referencia-, que invitan a la reflexión y al análisis, para poder hacer frente a los nuevos retos y desafíos que presenta el mercado actual.

Los módulos y sesiones de los Programas de formación se complementan con contenidos y casos prácticos extraídos directamente de esta prestigiosa Escuela.

**Sales
Business
School**



**Harvard
Business
Publishing**
Education

Impulsa tu carrera con Sales Tech

Elige el nivel de dominio que necesitas

ESPECIALIZACIÓN

Programa Individual

Enfócate en una única herramienta estratégica para optimizar tu proceso de ventas actual.

2.650 €

[CRM PARA VENTAS](#)

[IA PARA VENTAS](#)

[LINKEDIN PARA VENTAS](#)

ELECCIÓN ESTRATÉGICA

Doble Programa

Selecciona y combina los dos módulos independientes que necesitas y potencia tus resultados.

~~5.300 €~~ -25%
3.950 €

[IA + CRM](#)

[CRM + LINKEDIN](#)

[IA + LINKEDIN](#)

RECOMENDADO

NIVEL EXECUTIVE

Master in Sales Tech

La Formación completa que integra los 3 módulos: CRM, IA y LinkedIn con una metodología única.

~~7.950 €~~ -25%
5.950 €

[HACER EL MASTER IN SALES TECH](#)



MODALIDAD

Videoconferencia con grupos reducidos



HORARIO

Dos días a la semana
18:30h – 21:30h



RESERVA TU PLAZA

[CONSULTA FECHA DE PRÓXIMA CONVOCATORIA](#)



PRECIO

5.950 €



secura

* Financiación para particulares hasta 12 meses

* Bonificable para empresas - Fundae



DURACIÓN

9 sesiones
1 mes

**Sales
Business
School**

Best-in-Class Selling!

Cl. de la Azalea, 1, 28109 Madrid

Teléfono : **917 87 47 46**

www.salesbusinessschool.es



www.salesbusinessschool.es

facebook.com/salesbusinessschool/

instagram.com/salesbusinessschool/

linkedin.com/school/salesbusinessschool/

