

Potenciar las ventas B2B mediante el uso de la IA



31.Jan - 25.Mar 2025

Cod. 254-25

Mod.:

Streaming Face-to-face

Date

31.Jan - 25.Mar 2025

Location

Faculty of Economics and Business (Bilbao - Sarriko) of UPV/EHU

Languages

Spanish

Description

La microcredencial, potenciar las ventas B2B implementando inteligencia artificial, certificará tus conocimientos y habilidades para integrar tecnologías de IA en las estrategias de ventas, optimizando procesos y mejorando resultados. A través de esta formación, aprenderás cómo la IA puede aportar valor a lo largo del proceso de venta, desde la prospección y generación de leads, hasta el cierre de la venta y la fidelización de los clientes.

Formación 100% práctica, mediante ejemplos prácticos, implementado IA en procesos de venta. Se verá cómo estas tecnologías pueden aumentar la eficiencia en dichos procesos optimizando su eficacia.

Este curso está dirigido a profesionales de ventas, marketing, así como a directivos que buscan incorporar IA en sus estrategias comerciales. Los participantes adquirirán conocimientos prácticos y técnicas para implementar soluciones de IA en sus organizaciones, mejorando la toma de decisiones y obteniendo una ventaja competitiva.

En el entorno comercial actual, las tecnologías emergentes están transformando radicalmente la manera en que las empresas gestionan sus procesos de ventas. La Inteligencia Artificial (IA), en particular, ha emergido como una herramienta crucial para impulsar la eficiencia, personalización, y resultados en los equipos de ventas. Sin embargo, muchos profesionales de ventas aún no cuentan con la formación necesaria para integrar de manera efectiva estas tecnologías en sus estrategias.

Datos de nuestro entorno reflejan que el 68% de los profesionales de ventas creen que la mayoría de las herramientas que utilizan incluirán capacidades de IA para 2025. Además, más del 70% de los vendedores consideran que la IA les ayuda a ahorrar tiempo y a tomar mejores decisiones a partir de datos que, de otra manera, serían difíciles de analizar.

El impacto de la IA se refleja tanto en diferentes aspectos tales como: la automatización de tareas repetitivas o la personalización de las interacciones con los clientes, entre otras. Los datos actuales estiman que los profesionales de ventas pueden ahorrar hasta dos horas diarias gracias a la automatización de tareas manuales, lo que les permite centrarse en las actividades más críticas de su rol. A nivel empresarial, la IA está presente en sectores clave como la automatización del alcance de clientes, la predicción de tendencias de ventas, la retención de clientes, la personalización de la experiencia del cliente y la mejora de los procesos operativos, contribuyendo directamente a su rentabilidad

En cuanto a la adopción global, un informe de McKinsey destaca que el 50% de las empresas ya utilizan IA en al menos una función de su organización, y los sectores de ventas y marketing están entre los principales beneficiarios, reflejando la creciente demanda de habilidades en este campo.

La IA ya no es una tendencia emergente, sino una necesidad competitiva para las organizaciones en múltiples áreas y especialmente en la de ventas, donde la necesidad formativa del personal es necesaria.

Tras la finalización de la formación obtendrás una **certificación de MICROCREDENCIAL UNIVERSITARIA** que:

- Certificará tus habilidades y conocimientos para integrar tecnologías de **IA en las estrategias de ventas B2B**
- Es de carácter **DIGITAL** por valor de **6 ECTS**.
- **Tiene reconocimiento a nivel europeo.**
- Tiene validez de manera independiente, si bien, sus créditos pueden llegar a ser acumulados para facilitar la obtención de titulaciones universitarias.

Objectives

El principal objetivo es dotar de herramientas al equipo comercial que permita potenciar las ventas B2B mediante el uso de IA en el ciclo de ventas

Desarrollar habilidades en la automatización de procesos comerciales: Aprender a implementar herramientas de IA que optimicen tareas rutinarias en ventas, como el seguimiento de leads, el envío de correos electrónicos y la gestión de relaciones con clientes, aumentando la eficiencia operativa del equipo comercial.

Optimizar la segmentación y gestión de leads: Enseñar cómo utilizar IA para clasificar y priorizar clientes potenciales basándose en patrones de comportamiento, mejorando así las tasas de conversión y

la efectividad de la prospección

Personalizar la experiencia del cliente mediante IA: Desarrollar la capacidad de usar datos recopilados por IA para personalizar ofertas y campañas comerciales, aumentando la satisfacción del cliente y fortaleciendo la fidelización.

Mejorar la eficiencia en el ciclo de ventas: Equipar a los profesionales con herramientas de IA para gestionar el ciclo de ventas de manera más ágil y productiva, reduciendo tiempos de respuesta y mejorando la calidad de la interacción con los clientes en cada fase del proceso.

Organised by



In collaboration with



Direction



Unai Tamayo Orbegozo

UPV/EHU

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales. Profesor Titular en comercialización e investigación de mercados en la Universidad del País Vasco UPV/EHU. Es codirector del máster en marketing y ventas de la UPV/EHU. Como investigador, es especialista en el campo del Marketing Ecológico. Sus intereses de investigación actuales incluyen Marketing Ambiental, Economía Circular, Responsabilidad Social Corporativa, nuevas tendencias en aprendizaje y métodos de investigación. Ha publicado en revistas indexadas. Actualmente es Vicedecano de Alumnado y Empleo en la Facultad de Economía y Empresa de la UPV/EHU (desde 2022).



Maite Ruiz Roqueñi

UPV/EHU, Profesora

Profesora Titular de la UPV/EHU en el área de Comercialización e Investigación de mercados. Imparto docencia en temáticas vinculadas a la Comunicación tanto en cursos de grado como de postgrado. Directora y responsable del Máster en Marketing y Ventas de la Universidad del País Vasco desde el año 2003. Mi actividad investigadora, se desarrolla en el grupo de investigación ECRI (Ethics in Finance & Social Value), en temas vinculados a la sostenibilidad y al desarrollo de herramientas que promuevan un nuevo modelo de empresa, más sostenible y focalizado en la generación de valor a las personas y a la sociedad en su conjunto.

Teachers



Álvaro Fierro

EHU

Álvaro Fierro es Doctor en Economía por la Universidad del País Vasco/ Euskal Herriko Unibertsitatea; ha realizado una estancia de investigación en la Universidad de Leicester (Reino Unido) y su formación académica y profesional está centrada en la Economía Aplicada y la Cultura. En el ámbito profesional, es fundador de la empresa Cultumetria y es Profesor en la Universidad del País Vasco en la Facultad de Economía y Empresa. Asimismo, es profesor visitante en la Universidad Complutense de Madrid.



Ainhoa Gómez Beltrán

Biwott.es-en sortzailea eta ISMARKren bazkide sortzailea Matematikan lizentziaduna UPV/EHU. Graduondokoak: Arkitektura Softwarea (Deustuko Unibertsitatea), Gaitasun Pedagogikoa (Madrilgo Unibertsitate Konplutentsea) eta Marketin Digitaleko Zuzendaritza (Errioxako Unibertsitatea). 20 urteko esperientzia mundu digitalean, garatzaile eta marketin digitalean eta IAn espezialista gisa. Sare sozial profesionalen aholkularia. Bere marka pertsonalaren bidez (TOP VOICE 2024) LinkedInen aditu gisa posizionatua. Unibertsitate eta negozio-eskoletako ohiko prestatzailea. Gaur egun, LinkedInen eta IAn Prestakuntza eta Aholkularitza estrategikoko zerbitzuak ematen dizkie B2B enpresei. Ekipo komertzialen eraldaketa digitala, Social Selling eta IA estrategien bidez.

Registration fees

REGISTRATION

UNTIL 30-01-2025

General

420,00 EUR

Place

Faculty of Economics and Business (Bilbao - Sarriko) of UPV/EHU

Avenida Lehendakari Agirre, 83. 48015 Bilbao (Bizkaia)

Bizkaia