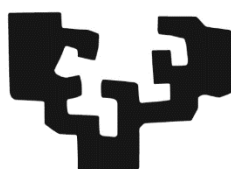


eman ta zabal zazu



Universidad
del País Vasco

Euskal Herriko
Unibertsitatea

2. Edizioa. Adimen artifiziala erabiliz B2B salmentak sustatzeara

2025 Kurtsoa

HELBIDE ETA KONTAKTUA

Maite Ruiz Roqueñi / Jon Charterina Abando/ Unai Tamayo

maite.ruiz@ehu.eus/jon.charterina@ehu.eus/

unai.tamayo@ehu.eus

946017012/ 946017008/ 946017069

Ekonomia eta Enpresa Fakultatea

(Sarriko)

DESKRIBAPENA

“B2B salmentak sustatzea adimen artifiziala ezarriz” delako Mikro kredentzialak, zure ezagutzak eta trebetasunak ziurtatuko ditu IAren teknologiak salmenta-estrategietan integratzeko, prozesuak optimizatuz eta emaitzak hobetuz. Prestakuntza horren bidez, IAk salmenta-prozesuan zehar balioa nola eman dezakeen ikasiko duzu, *lead*-en prospekzio eta sorkuntzatik hasi eta salmenta itxi eta bezeroak fideldu arte.

Prestakuntza % 100 praktikoa da, kasu errealekin, salmenta-prozesuetan inplementatutako adibide praktikoaren bidez. Teknologia horiek prozesu horien eraginkortasuna nola areagotu dezaketen ikusiko da, haien eraginkortasuna optimizatuz.

Ikastaro hau salmentetako eta marketineko profesionali zuzenduta dago, baita IA beren merkataritza-estrategietan txertatu nahi duten zuzendariei ere. Parte-hartzaileek ezagutza praktikoak eta teknikoak eskuratuko dituzte beren erakundeetan ingurumen-soluzioak ezartzeko, erabakiak hobeto hartuz eta lehiarako abantaila lortuz.

Gaur egungo merkataritza-ingurunean, gorabidean dauden teknologiak errotik eraldatzen ari dira enpresek beren salmenta-prozesuak kudeatzeko duten modua. Adimen Artifiziala (IA), bereziki, tresna erabakigarria izan da salmenta-taldeetan eraginkortasuna, pertsonalizazioa eta emaitzak bultzatzeko. Hala ere, salmentako profesional askok oraindik ez dute beharrezko prestakuntzarik teknologia horiek beren estrategietan modu eraginkorrean integratzeko.

Gure inguruko datuen arabera, salmenta-profesionalen % 68k uste du erabiltzen dituzten tresna gehienek 2025erako IAren gaitasunak barne hartuko dituztela. Gainera, saltzaileen % 70ek baino gehiagok uste dute IAk denbora aurrezten eta erabaki hobeak hartzen laguntzen diela, bestela aztertzen zailak izango liratekeen datuetan oinarrituta.

IAren eragina hainbat alderditan islatzen da, hala nola: zeregin errepikakorren automatizazioa edo bezeroekiko interakzioen pertsonalizazioa, besteak beste. Gaur egungo datuen arabera, salmentako profesionalak bi ordu aurreztu ditzakete egunean, eskulanean automatizazioari esker, eta, horri esker, beren roleko jarduera kritikoenetan zentratu daitezke. Enpresa mailan, IA funtsezko sektoreetan dago presente, hala nola bezeroen irismenaren automatizazioan, salmenta-joeren iragarpenean, bezeroen atxikipenean, bezeroaren esperientziaren pertsonalizazioan eta prozesu operatiboen hobekuntzan, haren errentagarritasunari zuzenean lagunduz.

Adopzio globalari dagokionez, McKinsey-ren txosten batek nabarmentzen du enpresen % 50ek erabiltzen dutela IA erakundearen funtzio batean gutxienez, eta salmenta- eta marketin-sektoreak onuradun nagusien artean daude, arlo horretako trebetasun-eskaera gero eta handiagoa islatzen baitute.

IA jada ez da goraka doan joera bat, baizik eta lehiarako premia bat arlo askotako erakundeentzat, eta, bereziki, salmentetan, non langileen prestakuntza-beharra beharrezkoa den.

Prestakuntza amaitu ondoren, **UNIBERTSITATEKO MIKROKREDENTZIAL** ziurtagiri bat lortuko duzu, honako hau dioena:

- **IA teknologiak B2B salmenta-estrategietan** txertatzeko dituzun trebetasunak eta ezagutzak ziurtatuko ditu.
- **DIGITALA** da, 6 ECTSkoa.
- **Aintzatespena du European.**
- Modu independentean balio du, baina **kredituak metatu egin daitezke** unibertsitate-titulazioak lortzea errazteko.

HLBURUAK

Prestakuntzaren eta egiaztapenaren **helburu nagusia** da merkataritza-taldeari eta marketin-taldeari tresnak ematea B2B salmentak indartzeko, salmenta-zikloan IA erabiliz.

Bestalde, **helburu espezifiko**ei dagokienez, IAK salmentetan duen eragina maximizatzen bideratuak, automatizazioetik eta pertsonalizazioetik hasi eta emaitza komertzialak optimizatzeraino, honako hauek adieraz ditzakegu:

1. **Prozesu komertzialen automatizazioan trebetasunak garatzea:** Salmentetan ohiko zereginak optimizatzen tresnak inplementatzen ikastea, hala nola leaden jarraipena, mezu elektronikoen bidalketa eta bezeroekiko harremanen kudeaketa, talde komertzialaren eraginkortasun operatiboa areagotuz.
2. **Azterketa prediktiboa aplikatzea erabakiak hobeto hartzeko:** IAren algoritmoen erabilera parte hartzen dutenak gaitzea datuak aztertzeko.
3. **Leaden segmentazioa eta kudeaketa optimizatzea:** Bezero potentzialak portaera-ereduetan oinarrituta sailkatzeko eta lehenesteko IA nola erabili irakastea, bihurtasunak eta prospekzioaren eraginkortasuna hobetuz.
4. **Bezeroaren esperientzia IAren bidez pertsonalizatzea:** IAK bildutako datuak erabiltzeko gaitasuna garatzea, eskaintzak eta kanpaina komertzialak pertsonalizatzeko, bezeroaren gogobetetasuna areagotuz eta fidelizazioa indartuz.
5. **Salmenta-zikloaren eraginkortasuna hobetzea:** Profesionalak IAKo tresnekin hornitzea, salmenta-zikloa arinago eta produktiboago kudeatzeko, erantzun-denborak murriztuz eta prozesuaren fase bakoitzean bezeroekiko elkarreraginaren kalitatea hobetuz.

METODOLOGÍA

Metodologia ikaslea ikaskuntzaren erdigunea izateko pentsatuta dago, IA salmenten munduan modu profesionalean aplikatzeko trebetasunekin atera ahal izateko. Klaseen formatua hibridoa izango da, eta aukera emango du egungo prestakuntza eta prestakuntza praktikoa bizitza profesional eta pertsonalarekin bateragarri egiteko.

Metodologia hauek konbinatzen dira:

- % 100 praktikak, aurrez aurre eta online. Klaseek ikuspegi praktikoa eta dinamikoa dute, ariketa praktikoekin eta benetako adibideekin, lehen egunetik ikasitakoa praktikan jar dadin.
- Tutoretza eta laguntza pertsonalizatua prestakuntza ematen den bitartean.

- UPV/EHUko marketin eta salmenta masterreko Alumni Marketing Elkartearen jardueren networkingera sarbidea.
- UPV/EHUko ikasle gisa, Euskal Herriko Unibertsitateak eskaintzen dituen baliabideak izango ditu.

GAIAK:

Módulo 1: Introducción y aplicación de la IA en ventas

Este módulo proporciona una visión general de la inteligencia artificial y su impacto en el proceso de ventas. Se explorarán los conceptos básicos de IA, su evolución, y cómo las empresas están utilizándola para mejorar la eficiencia, personalización y conversión en ventas B2B. También se presentarán ejemplos prácticos de aplicaciones actuales.

Módulo 2: Herramientas de IA Generativa más potentes para asistencia en ventas B2B

Se analizarán las herramientas de IA generativa como ChatGPT, Copilot o Anthropic y cómo pueden ser utilizadas para optimizar tareas de ventas. Los participantes aprenderán a manejarlas para crear propuestas de valor.

Módulo 3: Técnicas de prospección cualificada con IA.

En este módulo se abordarán estrategias para identificar prospectos de alto valor usando distintas herramientas que serán asistidas por IA. Los participantes aprenderán a analizar datos de mercado, segmentar clientes potenciales.

Módulo 4: Automatización de procesos en ventas B2B

Se explorarán las soluciones de IA que automatizan tareas repetitivas en ventas, como la gestión de contactos, el seguimiento de leads y el envío de correos personalizados. Los participantes verán herramientas que se integran con los CRM inteligentes.

Módulo 5: Inbound sales. Estrategia de contenidos en LinkedIn asistido por IA

Los participantes aprenderán a usar IA para desarrollar estrategias de contenido inbound en LinkedIn, diseñando publicaciones con los textos, imágenes o videos asistidos por la IA:

Módulo 6: Tecnología para extraer emails y estrategias de cold email con IA.

Este módulo mostrará cómo las herramientas de IA pueden facilitar la extracción de emails de prospectos de manera ética y conforme a regulaciones. Además, se explorará cómo diseñar campañas de cold email efectivas utilizando IA para personalizar mensajes, mejorar tasas de apertura y aumentar las conversiones.

Módulo 7: Asistencia de la IA en negociación y gestión de objeciones.

Se analizará cómo la IA puede ayudar en las etapas críticas de negociación, proporcionando datos, recomendaciones y simulaciones para preparar argumentos sólidos. También se abordará la gestión de objeciones en tiempo real, con ejemplos de cómo responder de manera efectiva a las preocupaciones de los clientes utilizando insights generados por IA.

Módulo 8: IA en benchmarking

En este módulo se aprenderá a usar herramientas de IA para realizar estudios comparativos (benchmarking) que analicen competidores, tendencias de mercado y mejores prácticas en ventas B2B. Los participantes desarrollarán habilidades para identificar oportunidades y diferenciarse en su sector utilizando información basada en datos.

IRAKASLEAK

Ainhoa Gómez Beltrán

Biwott.es-en sortzailea eta ISMARKren bazkide sortzailea

Matematikan lizentziaduna UPV/EHUn. 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.

Álvaro Fierro

Álvaro Fierro Ekonomian doktorea da Euskal Herriko Unibertsitatean; ikerketa-egonaldia egin du Leicesterreko Unibertsitatean (Erresuma Batua), eta bere prestakuntza akademiko eta profesionala ekonomia aplikatuan eta kulturaren oinarritzen da. Arlo profesionalan, Cultumetria enpresaren sortzailea da, eta irakasle da Euskal Herriko Unibertsitatean, Ekonomia eta Enpresa Fakultatean. Halaber, irakasle bisitaria da Madrilgo Unibertsitate Konplutentsean.

Non egingo den/Tokia:

UPV/EHUko Ekonomia eta Enpresa Fakultatea (Sarriko).

SARTZEKO BALDINTZAK

Erdi-mailako edo goi-mailako prestakuntza-ziklo bateko gutxieneko prestakuntza izan behar da. Antzeko prestakuntza eta sektoreko ibilbide profesionala positiboki baloratuko dira.

Adina: 25-64 urte

PREZIOA

Matrikularen prezioa: 420 €

FUNDAEk hobaria jaso dezakeen zenbatekoa, enpresek egin beharreko kudeaketa.

Next Generation funtsek diruz lagundutako prestakuntza.

[Informazio gehiago](#)

Informazioa emateko, izena emateko eta matrikula egiteko lekua

UPV/EHUko Ekonomia eta Enpresa Fakultatea (Sarriko)

Avda. Agirre lehendakaria, 83. 48015 Bilbo (Bizkaia)

Bulegoen eraikina, lehen solairua

0C69 bulegoa (Maite Ruiz), OC37 (Unai Tamayo), OC58 (Jon Charterina)

Telefonoak: 94 601 7012/7069/7008

Posta elektronikoa: master.marketing@ehu.eus

Web: www.ehu.eus/mastermarketing