

eman ta zabal zazu



Universidad
del País Vasco

Euskal Herriko
Unibertsitatea

3. Edizioa. Adimen artifiziala erabiliz B2B salmentak sustatzea

2026 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)



Financiado por la Unión Europea
NextGenerationEU



Plan de Recuperación,
Transformación y Resiliencia



DESKRIBAPENA

“B2B salmentak sustatzea adimen artifiziala ezarri” delako Mikrokredentzialak, 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 profesionalei zuzenduta dago, baita IA beren merkataritza-estrategietan txertatu nahi duten zuzendariei ere. Parte-hartzaileek ezagutza praktikoa 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 profesionalek bi ordu aurreztu ditzakete egunean, eskulanean automatizazioari esker, eta, horri esker, beren roleko jardura 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 operatiboan 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:

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

HELBURUAK

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 maximizatzea bideratuak, automatizaziotik eta pertsonalizaziotik hasi eta emaitza komertzialak optimizatzeraino, honako hauek adieraz ditzakegu:

1. **Prozesu komertzialen automatizazioan trebetasunak garatzea:** Salmentetan ohiko zereginak optimizatzeke tresnak inplementatzen ikastea, hala nola leaden jarraipena, mezu elektronikoaren bidalketa eta bezeroekiko harremanen kudeaketa, talde komertzialaren eraginkortasun operatiboa areagotuz.
2. **Azterketa prediktiboa aplikatzea erabakiak hobeto hartzeko:** IAK algoritmoen erabilera parte hartzen dutenak gaitzea datuak aztertzeke.
3. **Leaden segmentazioa eta kudeaketa optimizatzea:** Bezero potentzialak portaera-ereduetan oinarrituta sailkatzeko eta lehenesteko IA nola erabili irakastea, bihurtze-tasak eta prospekzioaren eraginkortasuna hobetuz.
4. **Bezeroaren esperientzia IAK 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 IAK tresnekin hornitzea, salmenta-zikloa arinago eta produktiboago kudeatzeko, erantzun-denborak murriztuz eta prozesuaren fase bakoitzean bezeroekiko elkarreraginaren kalitatea hobetuz.

METODOLOGÍA

Metodologia ikaslea ikaskuntzaren erdigunea izateke pentsatuta dago, IAK salmenten munduan modu profesionalen aplikatzeko trebetasunekin atera ahal izateke. Klaseen formatua hibridoa izango da, eta aukera emango du egungo prestakuntza eta prestakuntza praktikoa bizitza profesional eta pertsonalarekin bateragarri egiteke.

Metodologia hauek konbinatzen dira:

1. % 100 praktikak, aurrez aurre eta online. Klaseek ikuspegi praktikoa eta dinamikoa dute, ariketa praktikoei eta benetako adibideei, lehen egunetik ikasitako praktikari jar dadin.
2. Tutoretza eta laguntza pertsonalizatua prestakuntza ematen den bitartean.

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

GAIAK:

1. Modulua: Sarrera eta AAre aplikazioa salmentetan

Modulu honek adimen artifizialari buruzko ikuspegi orokorra eta salmenta-prozesuan duen eragina eskaintzen du. AAre oinarrizko kontzeptuak, haren bilakaera eta enpresek nola erabiltzen duten efizientzia, pertsonalizazioa eta B2B salmentetako konbertsioa hobetzeko aztertuko dira. Halaber, gaur egungo aplikazioen adibide praktikoak aurkeztuko dira.

2. Modulua: IA sortzaileko tresna indartsuenak B2B salmentetan laguntzeko

ChatGPT, Copilot edo Anthropic bezalako AA sortzaileko tresnak aztertuko dira, eta nola erabili daitezkeen salmenta-zereginen optimizazioan. Parte-hartzaileek tresna horiek erabiltzen ikasiko dute balio-proposamenak sortzeko.

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.

4. modulua: B2B salmenta-prozesuen automatizazioa

Salmentetan zeregin errepikakorrek automatizatzen dituzten IAre soluzioak aztertuko dira, hala nola kontaktuen kudeaketa, leaden jarraipena eta posta pertsonalizatuen bidalketa. Parte-hartzaileek CRM adimendunekin integratzen diren tresnak ikusiko dituzte.

5. modulua: Inbound sales. IAre lagundutako LinkedIneko edukien estrategia

Parte-hartzaileek IA erabiltzen ikasiko dute LinkedInen inbound edukidun estrategiak garatzeko, IAre lagundutako testu, irudi edo bideoekin argitalpenak diseinatzu.

6. Modulua: Helbide elektronikoak ateratzeko teknologiak eta AA bidezko *cold email* estrategiak.

Modulu honek erakutsiko du nola lagundu dezaketen AA tresnek prospektuen helbide elektronikoak modu etikoan eta araudiekin bat etorritik ateratzen. Horrez gain, AA erabiliz cold email kanpaina eraginkorrek nola diseinatu ikasiko da, mezuak pertsonalizatzeko, irekitze-tasak hobetzeko eta konbertsioak handitzeko.

7. modulua: IAre laguntza negoziazioan eta eragozpenen kudeaketan.

Aztertuko da nola lagundu dezakeen AAre negoziazioaren etapa kritikoetan, datuak, gomendioak eta simulazioak eskaintzen, argudio sendoak prestatzeko. Halaber, eragozpenak denbora errealean kudeatzea jorratuko da, bezeroen kezkari modu

eraginkorrean erantzuteko AAK sortutako insight-ak nola erabili daitezkeen azaltzen duten adibideekin.

8. modulua: AA *benchmarking*-ean

Modulu honetan, IAKo tresnak erabiltzen ikasiko da, lehiakideak, merkatu-joerak eta B2B salmenta-praktika hobeak aztertuko dituzten azterketa konparatiboak (benchmarking) egiteko. Parte-hartzaileek trebetasunak garatuko dituzte beren sektorean aukerak identifikatzeko eta bereizteko, datuetan oinarritutako informazioa erabiliz.

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 kulturen oinarritzen da. Arlo profesionalean, 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), 0C37 (Unai Tamayo), 0C58 (Jon Charterina)

Telefonoak: 94 601 7012/7069/7008

Posta elektronikoa: master.marketing@ehu.eus

Web: www.ehu.eus/mastermarketing