ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Prospección Comercial y Captación de Nuevos Clientes

4 ECTS | 100 horas | Online, a tu ritmo

Formación acreditada por
Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ



Acerca de ICUFOR

ICUFOR es un centro privado de formación online, Centro Acreditado y Autorizado por la Universidad EUNEIZ de Vitoria-Gasteiz. Diseñamos e impartimos Cursos de Formación Permanente universitarios, pensados para la actualización y la especialización de profesionales en activo.

Nuestros cursos se estudian a tu ritmo en un campus virtual propio y terminan con el diploma de la Universidad EUNEIZ y con certificados de ICUFOR verificables.

Centro acreditado
Universidad EUNEIZ

100 % online
Campus virtual propio

Equipo docente
Disponible todo el curso



Metodología de estudio

Campus virtual propio
Estudias desde cualquier lugar y dispositivo, sin horarios.

Aprendizaje autónomo, pero acompañado
Tú marcas el ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

Contenido del curso en PDF
El material principal, para estudiarlo a fondo, tema a tema.

Abstract de cada tema
Su síntesis, para situarte al empezar y repasar al final.

Presentación con los aspectos clave
Lo esencial de cada bloque, para jerarquizar y fijar.

Cuestionarios de evaluación
De respuesta múltiple, uno por tema.



Campus virtual

Mis cursos
Tu progreso y el siguiente tema por estudiar

Materiales
Contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave

Cuestionarios de evaluación
Tu nota y la revisión de tus respuestas

Equipo docente
Consulta por escrito, chat y asesor de IA a cualquier hora

Secretaría
Certificados en PDF con código de verificación

Pagos y facturas
Descarga de facturas en PDF



Presentación del programa



Amplía tu formación con el Curso de Formación Permanente en Prospección Comercial y Captación de Nuevos Clientes de ICUFOR, diseñado para profesionales que buscan dominar las técnicas más efectivas en la generación de oportunidades de negocio. En un entorno comercial cada vez más competitivo, contar con metodologías actualizadas de prospección se ha convertido en una competencia diferenciadora clave para impulsar el crecimiento empresarial.

A lo largo del programa, abordarás desde los fundamentos estratégicos de la prospección hasta las técnicas más avanzadas de captación, incluyendo la construcción del buyer persona, modelos de cualificación como BANT o MEDDIC, y estrategias multicanal que integran cold calling, social selling y marketing de contenidos.

Duración
100 horas

Créditos
4 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Comprender los fundamentos de la prospección comercial, identificando su relevancia estratégica dentro del ciclo completo de ventas y las competencias esenciales del profesional prospector.

Dominar los procesos de identificación, cualificación y segmentación de clientes potenciales, utilizando modelos de scoring, matrices de priorización y estrategias de inteligencia comercial para la detección de oportunidades.

Desarrollar habilidades de comunicación persuasiva y gestión de objeciones, construyendo propuestas de valor diferenciadoras mediante técnicas de influencia, storytelling comercial y escucha activa orientadas a la captación de nuevos clientes.

Diseñar un plan de prospección comercial, aplicando herramientas de análisis del entorno, definición del buyer persona y establecimiento de objetivos SMART alineados con la estrategia de marketing y ventas.

Diferenciar los canales y técnicas de prospección outbound e inbound, elaborando estrategias multicanal integradas que incluyan cadencias de contacto, social selling y programas de referidos adaptados al mercado objetivo.

Aplicar técnicas de negociación y cierre de ventas, gestionando eficazmente la transición del prospecto a cliente activo a través de reuniones comerciales estructuradas, propuestas competitivas y estrategias de seguimiento posventa.

Objetivos del curso

Incorporar herramientas tecnológicas al proceso de prospección, implementando sistemas CRM, soluciones de automatización e inteligencia artificial para optimizar la gestión integral de prospectos y el análisis de datos comerciales.

Analizar el rendimiento de la actividad prospectora, diseñando cuadros de mando con KPIs de actividad, eficacia y eficiencia que permitan la mejora continua del proceso y la gestión efectiva del equipo de prospección.

Temario

01 Fundamentos de la prospección comercial y el entorno de ventas actual

1.1. Concepto, alcance y relevancia estratégica de la prospección comercial en la empresa
1.2. Evolución histórica de las técnicas de captación de clientes
1.3. Diferencias conceptuales entre prospección, captación, fidelización y desarrollo de cuentas
1.4. El ciclo completo de ventas y el papel de la prospección en cada una de sus fases
1.5. Perfil competencial y marco ético-normativo del profesional de la prospección comercial

02 Planificación estratégica de la actividad de prospección comercial

2.1. Análisis del mercado y del entorno competitivo como punto de partida de la prospección
2.2. Definición del cliente ideal: construcción del buyer persona y perfil de cliente objetivo
2.3. Establecimiento de objetivos comerciales SMART aplicados a la función de prospección
2.4. Diseño del plan de prospección: estructura, fases, recursos y cronograma de ejecución
2.5. Estrategias de alineación entre los equipos de marketing y ventas (enfoque Smarketing)
2.6. Presupuestación y análisis de viabilidad económica del plan de prospección

Temario

03 Identificación, cualificación y segmentación de clientes potenciales

3.1. Fuentes de información para la identificación sistemática de clientes potenciales
3.2. Técnicas de investigación y análisis en profundidad de las cuentas objetivo
3.3. Modelos y criterios de cualificación de leads y oportunidades comerciales
3.4. Segmentación estratégica de la cartera de prospectos para la acción comercial
3.5. Gestión, depuración y actualización continua de las bases de datos de prospectos
3.6. Inteligencia comercial y monitorización del mercado para la detección de señales de compra
3.7. Estrategias de Account-Based Marketing (ABM) aplicadas a la prospección de cuentas clave

Temario

04 Canales, técnicas y metodologías de prospección comercial

4.1. Prospección outbound: técnicas de contacto directo con el cliente potencial
4.2. Prospección inbound: estrategias de atracción de clientes potenciales cualificados
4.3. Diseño de estrategias de prospección multicanal y omnicanal integradas
4.4. Prospección mediante alianzas estratégicas, referidos y redes de prescriptores
4.5. Prospección en entornos B2B frente a entornos B2C: diferencias metodológicas y adaptaciones
4.6. Planificación de cadencias de contacto y gestión de la persistencia comercial
4.7. Criterios para la selección del mix óptimo de canales y técnicas según el mercado objetivo

Temario

05 Habilidades de comunicación y técnicas de persuasión aplicadas a la captación de clientes

5.1. Principios de comunicación efectiva aplicados al contexto de la prospección comercial
5.2. Construcción y presentación de propuestas de valor diferenciadoras
5.3. Desarrollo de relaciones de confianza, credibilidad y rapport con el prospecto
5.4. Técnicas de persuasión e influencia aplicadas a las fases iniciales de la venta
5.5. Gestión profesional de objeciones y resistencias en las primeras fases del contacto

06 De la oportunidad al cierre: el proceso de conversión de prospectos en clientes

6.1. Preparación estratégica de la primera reunión comercial con el prospecto
6.2. Conducción eficaz de la reunión de ventas: estructura, fases y dinámicas clave
6.3. Elaboración y presentación de propuestas comerciales competitivas
6.4. Técnicas de negociación aplicadas al cierre con nuevos clientes
6.5. Técnicas y estrategias de cierre de la venta
6.6. Onboarding comercial: gestión de la transición del prospecto a cliente activo

Temario

07 Herramientas tecnológicas y digitalización del proceso de prospección comercial

7.1. Sistemas CRM como eje vertebrador de la gestión integral de prospectos
7.2. Herramientas de automatización de la prospección y el seguimiento de contactos
7.3. Inteligencia artificial y análisis de datos aplicados a la captación de clientes
7.4. Herramientas de investigación de mercado, enriquecimiento de datos y verificación de contactos
7.5. Integración de herramientas tecnológicas en un ecosistema digital cohesionado de prospección

08 Medición de resultados, optimización del proceso y gestión del equipo de prospección

8.1. Indicadores clave de rendimiento (KPIs) en la actividad de prospección comercial
8.2. Diseño de cuadros de mando y sistemas de reporting para la función comercial
8.3. Análisis del embudo de conversión y detección sistemática de puntos de mejora
8.4. Modelos de organización del equipo de prospección: roles de SDR, BDR y Account Executive
8.5. Motivación, desarrollo profesional y gestión del rendimiento del equipo comercial
8.6. Escalabilidad y mejora continua del proceso de prospección comercial

Titulación y certificados

Diploma de la Universidad EUNEIZ

Al aprobar todos los cuestionarios de evaluación recibes el **diploma en formato digital** de Curso de Formación Permanente, con sus 4 créditos ECTS y 100 horas.

Certificados de ICUFOR

Se descargan en PDF desde la Secretaría del campus, con un código único y QR para verificarlos.



Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

Proceso de matriculación

1 **Pulsa «Matricularme» en la ficha del curso**
Completa tus datos personales y de facturación.

2 **Elige la forma de pago**
Tarjeta, PayPal o transferencia bancaria.

3 **Entra en el campus y empieza**
Recibes por correo tus datos de acceso y, en cuanto se confirma el pago, tienes el temario completo. La matrícula está abierta todo el año.

Matricúlate | Más información



Métodos de pago

Pago único
El precio se abona una sola vez, sin cuotas ni renovaciones.

Seguridad
Pago online en la pasarela de Stripe o de PayPal.

Flexibilidad
Tarjeta de crédito o débito, PayPal o transferencia.

Acceso inmediato
Con tarjeta o PayPal, el campus se activa al momento.

Simplicidad
Matrícula y pago en dos pasos.

Facturación
Facturas en «Pagos y facturas» del campus.



¿Por qué elegir ICUFOR?

01

Formación accesible

Formación universitaria rigurosa y acreditada, íntegramente online y compatible con tu trabajo.

02

Calidad universitaria

Cada curso está acreditado por la Universidad EUNEIZ, con su memoria académica y sus créditos ECTS.

03

Impulso a tu carrera

Contenidos de utilidad práctica y una titulación que suma en méritos, concursos y bolsas de empleo.

04

Especialización

Cada curso trata una única temática a fondo: combínalos y construye tu propio itinerario.

05

Atención de calidad

Consultas al equipo docente por escrito o por chat, y un asesor de IA a cualquier hora.

¿Por qué elegir ICUFOR?

06
Contenidos actualizados
Los cursos se revisan periódicamente para incorporar las novedades de cada ámbito.

07
El curso, por escrito
Cada tema en tres formatos: contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave.

08
Autónomo, pero acompañado
Tú decides tu ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

09
Enseñanza adaptada
Sin horarios ni conexiones obligatorias: seis meses para terminar, ampliables si lo necesitas.

10
Estudio sencillo e intuitivo
Un campus virtual propio, sin instalar nada y accesible desde cualquier dispositivo.

¿Necesitas más información?

Te contamos cómo funciona el curso, los plazos y la titulación, sin compromiso.

www.icufor.com

info@icufor.com

+34 858 895 080

+34 746 044 519

Formación acreditada por Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

