



Curso

Vende con preparación, no con improvisación: IA para marketing y ventas con ChatGPT

Lugar:	Fundación CAI Avda. Alcalde Sainz de Varanda nº 1-3. 50009 Zaragoza - 976 355 000
Sesiones y horario:	- Noviembre: 17 y 24 de 9.30 a 13.30 h. - Diciembre: 1 de 17 a 19 horas. (10 horas lectivas)
Importe:	220 €
Importe desempleados:	66 €
Plazo de inscripción:	12/11/2026 (Hasta las 15 h)

Presentación

¿Te cuesta encontrar tiempo para preparar una campaña, entender mejor a un cliente o dar seguimiento a una propuesta? ChatGPT puede ayudarte, pero necesita conocer tu oferta, tu público y tu manera de comunicar. En este curso trabajarás con un caso de negocio para investigar, preparar mensajes y ensayar una conversación comercial. Aprenderás a aprovechar la IA sin inventar ventajas de tu producto ni enviar textos que suenen iguales a los de todo el mundo. El objetivo es que termines con materiales revisados y un método que puedas repetir en tu trabajo.

Objetivos:

- Elegir tareas comerciales en las que ChatGPT aporte utilidad y preparar el contexto necesario.
- Investigar clientes y competencia con información pública, diferenciando hechos de hipótesis.
- Crear una campaña breve y mensajes coherentes con la oferta y el tono de la empresa.
- Preparar propuestas, practicar objeciones y organizar un seguimiento comercial.
- Revisar afirmaciones y resultados, y guardar un procedimiento reutilizable.

Dirigido a:

Profesionales de marketing, comunicación, ventas, atención al cliente y administración con tareas comerciales; autónomos y responsables de pequeñas empresas. No es necesario programar ni tener formación especializada en marketing. Se recomienda haber utilizado ChatGPT de forma básica. Habrá un caso guiado para quienes empiezan y ampliaciones para quienes ya lo utilizan.

Metodología:

Explicaciones breves, demostración y práctica desde el inicio. Un mismo caso conecta la investigación, la campaña y la propuesta comercial. Podrás utilizar información pública de tu actividad o un caso ficticio facilitado por el docente. Cada ejercicio termina con una revisión de calidad. Entre sesiones podrás probar lo aprendido en una tarea real; en la consulta final corregiremos dificultades y mejoraremos los materiales.

Cada alumno tendrá que traer su ordenador portátil y cuenta de ChatGPT de pago con acceso a búsqueda y trabajo con archivos para los ejercicios.

Profesorado:

D. Javier Ferrando Pérez. Licenciado en Derecho Universidad de Zaragoza MBA en ESIC. Abogado especializado en Inteligencia Artificial con más de 23 años en LegalTech y derecho digital. Experto en normativa tecnológica y compliance, protección de datos, contratos inteligentes y propiedad intelectual en IA. Ha liderado proyectos de consultoría y formación en gobernanza de IA, auditorías normativas y diseño de estrategias regulatorias para empresas. Fundador y directivo en iniciativas de incubación y aceleración de soluciones tecnológicas, con experiencia en integración ética y legal de IA. Docente en programas de transformación digital y MBA, formando profesionales en prompting avanzado y regulación tecnológica.

Programa:

17 de noviembre · Investigación comercial y creación de campañas con ChatGPT

1. Preparación del contexto comercial y configuración de las instrucciones

Selección de un producto o servicio y elaboración de una ficha de contexto: características, público objetivo, necesidades del cliente, propuesta de valor, tono de comunicación y restricciones comerciales.

Organización de documentos de referencia y definición de instrucciones para trabajar con ChatGPT: objetivo, información disponible, criterios de calidad y formato de salida. Identificación de los datos que deben solicitarse antes de generar contenidos.

Ejercicio: preparar el contexto de una empresa ficticia y las instrucciones que utilizaremos durante el curso.

2. Investigación de clientes, mercado y competencia

Utilización de la búsqueda web de ChatGPT para localizar información pública sobre un sector, identificar competidores y analizar sus ofertas y mensajes comerciales.

Construcción de una tabla comparativa con criterios homogéneos: destinatarios, servicios, beneficios comunicados, precios publicados y elementos diferenciales. Registro y comprobación de fuentes y fechas. Separación entre información verificada, hipótesis comerciales y datos no disponibles.

Ejercicio: comparar tres competidores y elaborar preguntas para conocer mejor las necesidades del cliente.

3. Desarrollo de la propuesta de valor y generación de contenidos

Conversión de las características del producto o servicio en beneficios vinculados a necesidades concretas. Definición de mensajes principales, argumentos de apoyo y llamadas a la acción.

Generación de tres piezas coordinadas: correo comercial, publicación para redes y presentación breve de la oferta. Adaptación del contenido al destinatario, al canal y al tono de la empresa. Revisión de afirmaciones, coherencia y fidelidad a los documentos de referencia.

Ejercicio: producir y corregir las tres piezas a partir de una misma ficha comercial.

4. Planificación de la campaña y criterios de medición

Diseño de una campaña breve con objetivo, público, canales, secuencia de contenidos y calendario. Selección de indicadores según la acción: respuestas, solicitudes de información o reuniones concertadas.

Introducción a la estructuración de contenidos para búsquedas y respuestas con IA: preguntas frecuentes, información concreta sobre la oferta y respaldo documental. Diferenciación entre mejorar la claridad del contenido y garantizar su visibilidad.

Ejercicio: organizar las piezas en un calendario y definir cómo se evaluará la campaña.

24 de noviembre · Propuestas comerciales, simulación de ventas y seguimiento

5. Elaboración de propuestas comerciales personalizadas

Transformación de las necesidades del cliente en una propuesta estructurada: situación de partida, objetivos, solución, alcance, entregables, condiciones y próximos pasos.

Utilización de documentos de referencia para incorporar únicamente prestaciones, precios y compromisos autorizados. Identificación de información pendiente y formulación de preguntas antes de completar la oferta. Ejercicio: elaborar una propuesta comercial y comprobar su correspondencia con la necesidad del cliente y la oferta disponible.

6. Simulación de reuniones y tratamiento de objeciones

Configuración de una simulación en la que ChatGPT adopta el papel de un cliente con necesidades, prioridades y objeciones definidas. Preparación de preguntas de descubrimiento y práctica de respuestas sobre precio, utilidad, plazos y diferenciación.

Evaluación de la conversación mediante criterios explícitos: claridad, escucha, pertinencia de los argumentos y concreción del siguiente paso. Distinción entre objeciones simuladas y conocimiento real del cliente.

Ejercicio: realizar una simulación y mejorar el guion comercial a partir de la revisión.

7. Seguimiento comercial y análisis de resultados

Redacción de mensajes de seguimiento adaptados a distintas situaciones: primera conversación, propuesta enviada y ausencia de respuesta. Ajuste del tono y de la llamada a la acción.

Análisis de una tabla de resultados ficticios: contactos, respuestas, reuniones y propuestas. Cálculo y comprobación de tasas de respuesta y conversión entre etapas. Identificación de puntos de mejora sin atribuir causas que los datos no permiten demostrar.

Ejercicio: preparar dos mensajes de seguimiento y proponer una mejora justificada por los resultados.

8. Creación de un procedimiento comercial reutilizable

Organización de la ficha de contexto, las instrucciones, los ejemplos y los controles en una plantilla de trabajo. Definición de los datos que deben actualizarse al cambiar de cliente, producto o campaña.

Ejecución del procedimiento con un segundo caso y comprobación de su capacidad de adaptación. Revisión de información arrastrada del caso anterior, respuestas genéricas y afirmaciones sin respaldo.

1 de diciembre · Consulta grupal, revisión y aplicación al puesto

Revisión y mejora de los casos del alumnado

Revisión de los materiales elaborados o utilizados entre sesiones. Diagnóstico de errores de contexto, instrucciones insuficientes, contenidos genéricos y conclusiones no justificadas.

Corrección guiada de campañas, propuestas y mensajes. Ajuste del procedimiento reutilizable y definición de una siguiente aplicación al trabajo. Quien no haya podido practicar continuará con el caso del aula.

Organización:

Plazo de inscripción

La recepción de solicitudes finalizará el 12 de noviembre, a las 15,00 horas. Plazas limitadas siguiendo las normas de la Fundación Tripartita. Se enviará confirmación por correo electrónico. Las cancelaciones efectuadas con posterioridad a dicha fecha, estarán sujetas a la retención del 40% de la cuota de inscripción.

Teléfono de información 976 355 000

Cuota de inscripción y forma de pago

Bonificables en un porcentaje de la cuota de inscripción. Si desea acogerse a la bonificación deberá realizar la inscripción, como mínimo, 7 días hábiles antes de la fecha de inicio.

- Importe para desempleados (previa confirmación de la plaza) pago con tarjeta de crédito: 66 euros (incluye documentación).
- Importe para pagos por domiciliación o tarjeta de crédito (previa confirmación de la plaza): 220 euros (incluye documentación).

En virtud del Decreto 82/2003 de 29 de abril del Gobierno de Aragón, se advierte de que las enseñanzas que se imparten organizadas por la Fundación CAI, no conducen a la obtención de títulos académicos oficiales

Fundación Caja de Ahorros de la Inmaculada de Aragón - CIF. G-50000819.

Inscrita en el Registro de Fundaciones de la Comunidad Autónoma de Aragón con el número 350/I

Domicilio Social: Calle San Braulio, 5-7, 50003 - ZARAGOZA.

© 2012-2026 **Fundación Caja Inmaculada**