

## ALGUNOS CONSEJOS Y REFLEXIONES PARA UNA ASESORÍA CON VOCACIÓN COMERCIAL

Nº 8. Octubre 2009

De un modo u otro, los servicios fiscales, contables, jurídicos, hace algunos años -pero no muchos- que se comercializan en las asesorías, quizás no de una forma sistematizada, pero sí instintiva. Desde que el asesor tiene que salir a la calle a buscar clientes, porque el boca a boca ya es insuficiente, se empieza a escribir la historia de la comercialización de servicios en el sector del asesoramiento. A partir del momento en que se preocupa por acudir a acontecimientos sociales, seminarios o puntos de encuentro con varios de clientes potenciales, está empezando a aplicar una estrategia comercial, si bien un tanto sui generis.

Cuando hablamos del departamento comercial en las asesorías, no estamos pensando en un tipo concreto y exclusivo. Para nada. Dejamos la puerta abierta para que cada uno lo haga a su medida. Algunos pueden partir del personal que ya tienen, otros preferirán contratar a alguien con experiencia comercial. Pero al final, lo que realmente contará será que el trabajo y las campañas que se realicen estén perfectamente sistematizadas y planificadas.

Podemos establecer dos modelos posibles que pueden darse en la mayoría de Asesorías pequeñas y medianas: Asesoría con vocación comercial y Asesoría con equipo comercial. A continuación comentaremos únicamente el primer modelo, pues posiblemente sea el más generalizado.

### Posible organización y reparto de tareas en el área comercial

Este tipo de Asesoría se caracteriza porque tiene clara vocación comercial. Sin embargo, por tamaño y posibilidades financieras, le es prácticamente imposible asumir la inversión que supone poder disponer y retener a un profesional o profesionales dedicados a tareas de comercialización de servicios.

En este modelo, la labor comercial, los planes de marketing y la estrategia recaen principalmente en los socios o en el titular de la firma. Pero además, será fundamental el papel y funciones de una buena secretaria que asuma las funciones de assistant y/o controller de las actividades

comerciales, que suponen controlar las campañas, las herramientas, los resultados obtenidos, la presentación de presupuestos, etc. Es decir, todo el trabajo administrativo que comportará las gestiones comerciales que realizan los socios y/o titular de la firma. Asimismo dicha persona deberá tener una cierta autonomía y autosuficiencia para: redactar cartas comerciales; concertar entrevistas; ser una buena comunicadora; tener una gran flexibilidad; gestionar bases de datos . etc.

A veces puede darse la situación en que el titular y/o socios, que al mismo tiempo ejerzan como profesionales, se conviertan en un auténtico cuello de botella. Para evitarlo, es muy conveniente “repartir juego” entre los profesionales asesores más significativos (no socios). Es decir, se trata de que durante determinadas épocas, y aprovechando que el volumen de trabajo desciende, todos ellos realicen gestiones de ámbito comercial. De tal forma que salgan a visitar clientes, recaben su opinión, les propongan nuevos servicios, detecten sus necesidades.

En definitiva, se trata de que todos los profesionales “sufran” y “sientan” las quejas, felicitaciones, frustraciones y/o expectativas que éstos tienen. Esta estrategia, además de ser muy útil, puede ser una gran terapia y una cura de humildad para ciertos profesionales, muy cualificados técnicamente, pero que nunca se han puesto en la piel del titular que se siente responsable y “paraguas” de toda la organización. De este modo, aprenden a captar clientes externos, y por tanto a generar nueva facturación, así como a fidelizar y mimar a los clientes internos (personal, profesionales, colaboradores.) a los que cada mes tienen que pagar.

### Una cita...

Una cita para la reflexión de Lewis Carroll en “Alicia en el país de las maravillas”.

*“Me podrías indicar hacia donde tengo que ir desde aquí” pregunta Alicia.*

*“Eso depende de adonde quieras llegar” responde el gato.*

## ALGUNOS CONSEJOS Y REFLEXIONES PARA UNA ASESORÍA CON VOCACIÓN COMERCIAL

*“A mi no me importa demasiado adonde”.  
“En ese caso, da igual hacia donde vayas”.*

Si una asesoría no define su misión, sus objetivos empresariales, como en el caso de Alicia, estamos ante una organización que no sabe donde quiere llegar.

**¿Tenemos definidos nuestros objetivos y metas empresariales?**

### Jornadas que aportan soluciones a la crisis

- **Retribución de los Administradores. Responsabilidades y Obligaciones de los Altos Directivos y Administradores.**  
Barcelona, 10 de Noviembre 2009.
- **Devolución mensual del IVA.**  
Barcelona, 12 de Noviembre 2009.
- **Cierre y optimización Fiscal-Contable del ejercicio 2009.**  
Madrid, 19 de Noviembre 2009.  
Barcelona, 24 de Noviembre 2009.
- **Casos prácticos y recomendaciones de ERE, prejubilaciones y suspensiones de contrato. Medidas alternativas a los ERE.**  
Barcelona, 26 de Noviembre 2009.
- **Herramientas y recursos para crear un departamento comercial en un despacho profesional.**  
Madrid, 26 de Noviembre 2009.

### Libros recomendados para afrontar la crisis

- **“La Administración en una página. Lo esencial para una gestión eficaz”**  
Top Ten Business Experts.  
Riaz Khadem y Robert Lorber.
- **“La mejora del retorno en la vida. La gestión personal como última frontera del Management”**  
Top Ten Business Experts.  
Luís Huete.

Para más información sobre las jornadas, consulte nuestra página web **[www.jordiamado.com](http://www.jordiamado.com)**

## Somos expertos en despachos profesionales

Confíe en nosotros. Llevamos más de 10 años trabajando por y para el sector de los despachos profesionales. Ponemos a su disposición todo nuestro know-how.

**Jordi Amado**  
& CONSULTORES ASOCIADOS

Trafalgar, 70 1ª planta 08010 Barcelona

Telf. 902 104 938 (Ext. 3)

E-mail: [consultoria@jordiamado.com](mailto:consultoria@jordiamado.com) Web: [www.jordiamado.com](http://www.jordiamado.com)