

Ficha resumen estrategia comercial y de marketing para despachos profesionales

🌟 OBJETIVO DEL PLAN

Optimizar las acciones comerciales y de marketing del despacho profesional en función de la estructura empresarial española, diferenciando estrategias según el tipo de cliente: pequeñas/microempresas y empresas medianas/grandes.

🌐 CONTEXTO DEL MERCADO

- Las empresas aportan el 85% de la facturación de las asesorías.
- Más del 95% del tejido empresarial está formado por autónomos y microempresas.
- El 82% pertenecen al sector servicios.
- 4 CC.AA. concentran el 61,5% del total de empresas: Cataluña, Madrid, Andalucía y Valencia.
- Ratio promedio: 22 empresas por asesoría.

🔄 ESCENARIO A: Enfoque a autónomos y microempresas

✅ Perfil de cliente:

- Autónomos y empresas con <10 trabajadores.
- Alta rotación, necesidad continua de asesoramiento.

👤 Estrategias clave:

- Servicios paquetizados a precio fijo (laboral, fiscal, contable).
- Automatización y uso de software de gestión.
- Marketing de proximidad (SEO local, redes sociales, ferias locales).

- Webinars, tutoriales y contenido educativo.

📣 Canales sugeridos:

- Campañas Meta y Google Ads locales.
- Colaboración con viveros, coworkings y asociaciones.

💡 Propuesta de valor:

"Tu asesoría cercana, digital y asequible. Nos ocupamos de todo para que tú te ocupes de tu negocio."

CONOCIMIENTO DIRECTIVO

DESPACHOS PROFESIONALES

ESCENARIO B: Enfoque a empresas medianas y grandes

Perfil de cliente:

- Empresas con +10 trabajadores.
- Mayor complejidad y presupuesto para servicios avanzados.

Estrategias clave:

- Consultoría estratégica: fiscalidad, cumplimiento, reorganizaciones.
- Cuadros de mando, asesoramiento financiero, subvenciones.
- Networking, clubs de empresas, presencia en medios sectoriales.

Canales sugeridos:

- LinkedIn, medios especializados y eventos corporativos.
- Publicaciones técnicas, estudios de mercado.

Propuesta de valor:

"Asesoramiento experto para decisiones estratégicas. Más allá del cumplimiento, te ayudamos a crecer."

RECOMENDACIONES ADICIONALES

- Usar CRM con segmentación por tamaño, sector y zona.
- Incorporar inteligencia de mercado y datos del INE.
- Enfocar la estrategia territorial en zonas con mayor concentración empresarial.

CDDP - Conocimiento Directivo para Despachos Profesionales

Potenciamos el crecimiento de los despachos con inteligencia de mercado, formación continua y herramientas de planificación estratégica.

www.amadoconsultores.com/conocimiento-directivo