

Vida jurídica

Gestión

EL PROBLEMA

Aconsejar no es lo mismo que vender

Cómo deben atender los profesionales de un pequeño despacho de asesoría jurídica a los clientes. El objetivo es generar negocio

Soy socio fundador de un pequeño despacho de asesoría en temas jurídicos y económicos a pequeñas y medianas empresas y desearía inculcar un buen discurso de venta a mi equipo de profesionales, en total cinco, entre economistas y abogados. Es decir, mi objetivo prioritario es que cuando estén delante de un cliente o de un potencial cliente sepan dirigirse a

él y transmitir de forma correcta las ventajas y los beneficios, y no tanto las cuestiones técnicas, de lo que hacemos o dejamos de hacer.

¿Me podrían facilitar unos consejos, pautas u orientaciones sobre cómo es posible comunicar mejor los servicios que ofrecemos de una manera práctica y útil para el cliente?

LA RESPUESTA

Las mejores empresas disponen de un modelo de negocio, de una estrategia y de una marca que las diferencia de sus competidoras. Con las firmas profesionales debería ocurrir lo mismo; sin embargo, la realidad es otra, es decir, la mayoría de firmas están saturadas de profesionales con grandes conocimientos técnicos y especializados, pero muy pocos en general disponen de profesionales con discurso de venta, es decir, que sepan comunicar y destacar los valores o atributos diferenciales de nuestro despacho y que además sepan transmitir los beneficios y ventajas que conseguirá el cliente si trabaja con nuestra firma. Dicho discurso, sin duda, sería un complemento a nuestro conocimiento y experiencia técnica.

En estos últimos años las grandes firmas han invertido mucho en programas de formación para que sus

profesionales tengan discurso de venta. En definitiva, le recomendaríamos que invirtiera tiempo en dotar a sus profesionales de discurso comercial y metodología. Para profundizar en esta cuestión, le aconsejaríamos que tuviera muy presentes las siguientes reflexiones del profesor Xavier Marcet en *Cosas que aprendemos después*:

La comunicación. La capacidad de expresar, de argumentar y sobre todo de dar coherencia a lo que se dice y a lo que se hace.

Saber vender. Aunque uno no tenga funciones ni roles comerciales, saber vender es siempre un componente diferencial.

Disponer de relato. Los profesionales con relato saben destacar sus grandes hitos, los recientes y los futuros. Cuando un profesional no se cree su relato, quiere decir que debe empezar a replantearse su futuro, es el momento de cambiar.

Para finalizar, exponemos algunos consejos para lograr que nuestros clientes continúen aportando negocio.

1. Trate a todos los clientes potenciales como si fueran clientes de toda la vida, y a los mejores clientes como si fueran clientes potenciales.
2. Ponga énfasis en su discurso con ejemplos y experiencias, no con afirmaciones.
3. Nunca queramos saberlo todo, existe una línea roja.
4. Nuestras opiniones están personalizadas a la problemática de cada uno.
5. Expliquemos el valor de nuestro asesoramiento.
6. No hable de honorarios, hable de inversión.

Amado Consultores



David Hospedales, de Ribé Salat Consulting.



Jaime Mingot, de Advisory Family Office Services.



Miguel Ángel Hortelano, de Forum Jurídico.

LAS EXPERIENCIAS

● El marco normativo fiscal cambia constantemente y es difícil planificar a largo plazo actuaciones en su empresa o en su actividad. Es aconsejable revisar periódicamente sus resultados y consultar con su asesor cómo poder mejorarlos. ¿Conoce usted todas las bonificaciones y deducciones a las que tiene derecho? ¿Conoce todas las posibilidades de amortización acelerada a las que puede accederse? ¿Conoce el nuevo régimen especial del criterio de caja? ¿Sabe qué implicaciones tendrá si alguno de sus proveedores se acoge a este nuevo régimen aunque usted no lo haya hecho?

Son muchas las novedades fiscales que afectarán a los ejercicios 2013 y 2014 y, por si esto no fuera suficiente, el Gobierno prepara una reforma fiscal para el año en curso. Así es, Bruselas nos obliga y recomienda llevar a cabo una "revisión sistemática de todo nuestro sistema tributario" en aras de recaudar más y favorecer el crecimiento económico, todo ello mediante la articulación de menos impuestos, más sencillos y con menos exenciones. Es imprescindible rodearse de buenos profesionales que sepan dar respuesta y soluciones a toda la casuística fiscal que pueda afectarles.

David Hospedales

Socio director de Ribé Salat Consulting

● A nivel laboral, es imprescindible estudiar todas las formas de retribución posibles, las formas de contratación más convenientes en cada momento para todos los empleados, la gestión adecuada de recursos humanos y mantenerse al día de todas las obligaciones que nos exige la legislación actual. La ayuda de un profesional experto en estos elementos resulta imprescindible.

Jaime Mingot

Socio fundador de Advisory Family Office Services

● Aprovechar las oportunidades que la crisis brinda, adaptándose a los cambios de modelo que ha supuesto. Adecuar la estructura societaria y financiera a la actividad empresarial. Medir el control de responsabilidades societarias y personales. Mirar hacia la internacionalización: toda empresa es un potencial exportador de productos y servicios; lo hicieron las grandes, es el momento de las pymes.

Miguel Ángel Hortelano

Socio director de Forum Jurídico

todas las medidas que puedan afectar a derechos fundamentales. Hay casos, dice el Supremo, en que puede hacerlo la Policía Judicial de propia autoridad y "en muchos supuestos" si concurre un consentimiento. No puede proclamarse, argumenta la sentencia, el monopolio jurisdiccional como requisito indispensable de toda afectación de un derecho fundamental como la legitimidad constitucional de la detención policial demuestra.

La jurisdiccionalidad es exigible en algunos casos, pero en otros no, establece el Tribunal.



Asimismo, también se desestima el argumento de posible rotura de la cadena de custodia, ya que recuerda la Sala de lo Penal que "la cadena de custodia sirve para acreditar la correspondencia entre el efecto y el análisis, es decir, su autenticidad, pero no es presupuesto de validez sino de fiabilidad. Cuando se rompe la cadena de custodia "no

nos adentramos en el campo de la ilicitud, sino en el de la menor fiabilidad por no haberse respetado algunas garantías". (TOL4.031.476)

EL SILENCIO DE LA ASEGURADORA ANTE LA SOLICITUD DE AMPLIACIÓN DEL CAPITAL NO SUPONE UN CONSENTIMIENTO TÁCITO

● La Sala Primera del Tribunal Supremo ha resuelto el recurso de una sociedad contra la aseguradora Groupama, en la que la actora pretendía el pago de una

indemnización por la aseguradora en virtud de la acción de cumplimiento de contrato de seguro multirriesgo agrícola que entendía incumplido por la aseguradora. La sociedad reclamante había comunicado a la compañía de seguros la ampliación de su póliza a través de una correduría de seguros. Desde la fecha de la solicitud de la ampliación hasta el siniestro ocurrido, la correduría no realizó reclamación del estado de tramitación de la solicitud de modificación del capital asegurado en la póliza para las existencias flotantes. Durante

este periodo si se habían producido distintas comunicaciones por parte del asegurado a la aseguradora, con el libramiento por parte de esta última de los correspondientes suplementos, en cumplimiento de la referida póliza.

Mientras la aseguradora entiende que el silencio supone una aceptación tácita de su solicitud, Groupama niega la existencia de aceptación tácita de la suma asegurada. Resuelve el Supremo que el silencio no debe tomarse como aceptación, aun-

que establece una responsabilidad extracontractual de la aseguradora por no realizar una denegación expresa al incremento de la suma, ya que de esta forma la tomadora podría haber acudido a otras aseguradoras, pero también imputa una falta de diligencia por parte de la aseguradora por no insistir sobre la petición hasta "arrancar un pronunciamiento expreso" de la aseguradora, lo que lleva a una compensación de culpas de las partes. (TOL4.022.701)

<http://www.tirantonline.com>