



# Estudio y Propuesta de Posicionamiento para LinkedIn



# Bienvenido

En este documento queremos dar a conocer el estudio y la propuesta de posicionamiento de la red social LinkedIn para la empresa Corcho y Asociados

## ¿Qué nos aporta?

### **Visión Externa**

Dónde se encuentra tu empresa con respecto al resto, nos permitirá entender el mercado y los diferentes procesos, y tomar decisiones para mejorar el rendimiento.

### **Realizar Cambios**

Que conduzcan a mejoras continuas en procesos, productos, servicios y entorno digital, que mejoren la satisfacción de todos los grupos de interés y generen una ventaja competitiva en el mercado.



## Estrategias de Competidores

### Carrero & Asociados:



- Fortalezas: Publica artículos técnicos sobre reformas tributarias. Usa infografías para explicar normativas.
- Debilidades: Contenido impersonal, sin casos de éxito reales. Baja interacción (promedio de 2-5 likes por post).

### Tributar Asesores SAS:



- Fortalezas: Postea recordatorios del calendario tributario.
- Debilidades: No usa storytelling ni testimonios. Diseño visual poco profesional.

### ACIE SAS:



- Fortalezas: Publica webinars sobre temas fiscales.
- Debilidades: Contenido denso, sin resúmenes ejecutivos.



## Análisis de la Situación Actual

### Oportunidades para Corcho Asociados

#### Brechas Identificadas:

- **Falta de enfoque en resultados:** Ningún competidor destaca cifras concretas (ej: "Devolvimos \$X millones").
- **Contenido no diferenciado:** Temas genéricos sin especialización en empresas exportadoras.
- **Ausencia de modelo innovador:** Ninguno usa el mensaje "Solo cobramos si hay éxito".

#### Fortalezas Clave:

- **Experiencia y Credibilidad:** 40 años en el mercado colombiano, con un historial de éxito del 100% en devoluciones de impuestos (más de 100 billones de pesos gestionados).
- **Modelo Innovador:** Honorarios basados en resultados ("solo cobramos si logramos su devolución").
- **Enfoque en Nicho:** Especialización en empresas exportadoras y demás responsables con derecho de devolución.

#### Debilidades Identificadas:

- **Baja Visibilidad en LinkedIn:** Competidores como Carrero & Asociados tienen mayor presencia y engagement.



## Análisis de la Audiencia

### Público Objetivo Primario:

- **Falta de enfoque en resultados:** Ningún competidor destaca cifras concretas (ej: "Devolvimos \$X millones").
- **Contenido no diferenciado:** Temas genéricos sin especialización en empresas exportadoras.
- **Ausencia de modelo innovador:** Ninguno usa el mensaje "Solo cobramos si hay éxito".

### Insights Psicológicos:

- Buscan seguridad, expertise comprobado y soluciones prácticas.
- Valorán la transparencia y el trato cercano (resaltado en los valores de Corcho).

### Brechas de Posicionamiento:

- **Falta de Autoridad Digital:** Aunque son líderes en el mercado físico, no se refleja en LinkedIn.
- **Contenido No Estratégico:** No aprovechan fechas clave del calendario tributario 2025 para generar engagement.
- **Falta de Claridad en la UVP (Unique Value Proposal):** Su modelo único de honorarios por resultados no está destacado en su comunicación actual.



**Posicionar a Corcho Asociados como "El aliado estratégico en devoluciones de impuestos y gestión de las obligaciones tributarias del año 2025".**



**Implementar y generar un canal digital para la generación de leads calificados en un 20% en 6 meses.**



**Construir una comunidad activa de PYMES y empresas del sector colombiano en LinkedIn.**

## **Objetivos Clave**



## Propuesta de Valor Única (UVP)

### Mensaje Central:

"Garantizamos la devolución de sus impuestos ante la DIAN. Su éxito es nuestro compromiso".

### Pilares de Comunicación:

#### Resultados 100%

**Comprobados:** Enfatizar el historial impecable en devoluciones.

**Expertos en el Calendario Tributario 2025:** Guías prácticas y recordatorios de fechas clave.

**Honorarios por Éxito:** Transparencia en el modelo de negocio.



# Estrategia de Contenido para LinkedIn

## Temáticas Principales:

### Educación Tributaria:

Posts sobre "Cómo prepararse para la primera cuota de mayo 2025".  
Infografías descargables con fechas clave del calendario.

### Casos de Éxito:

Testimonios en video de Experiencial (ej: " Corcho Asociados , recupero para sus clientes mas de \$xxx").  
Estudios de caso con datos concretos (evitar lenguaje técnico).

### Asesoría Práctica:

Tips para evitar multas por fechas de vencimiento.  
Webinars mensuales: "Actualizaciones tributarias para exportadores".

### Formato y Frecuencia:

3 publicaciones semanales: Lunes (educativo), Miércoles (caso de éxito), Viernes (interactivo: encuestas o preguntas).  
1 webinar mensual: En alianza con cámaras de comercio de exportadores.



## Tácticas para Ganar Visibilidad Rápida

### Headline:

Expertos en devolución  
de impuestos DIAN para  
empresas exportadoras  
y responsables con  
derecho de devolución |  
100% de eficacia

### Campaña de Lanzamiento:

Publicar 3 casos de éxito en 2  
semanas (ej: cliente anónimo +  
cifra real).

Usar hashtags:  
#ExportadoresColombia  
#DevoluciónImpuestos  
#DIAN2025.

### Alianzas Estratégicas:

Colaborar con cámaras de  
comercio de exportadores para  
webinars conjuntos.



## Tácticas para Impulsar Engagement

### **Campaña "Calendario Tributario 2025":**

Publicar una serie de posts con countdowns para fechas clave (ej: "Faltan 30 días para la primera cuota de renta").

Ofrecer checklist gratuita: "10 pasos para cumplir con el calendario 2025".

### **Encuestas Interactivas:**

Ej: "¿Su empresa está preparada para los cambios tributarios de 2025? Sí/No/Necesito ayuda".

### **Alianzas con Influencers:**

Colaborar con líderes de opinión en finanzas B2B para webinars o artículos conjuntos..



# Recomendaciones Clave

### Priorizar Contenido de Alto Valor

- **Guías Prácticas:**  
Ej: "Cómo preparar tu empresa para el calendario tributario 2025" (requiere registro con email).
- **Plantillas Descargables:**  
Checklists para fechas clave o documentos tipo "kit de supervivencia fiscal".

### Humanizar la Marca

- **Fotos del Equipo:**  
Mostrar asesores trabajando o en capacitaciones.
- **Historias de Clientes:**  
Ej: "Juan, director financiero de [Empresa], recuperó \$200 millones con nosotros".