



ABOGACÍA TRANSFORMADORA

FUIMOS PRESENTE. SOMOS FUTURO.



XII Congreso Nacional
de la Abogacía **2019**

8-11 MAYO 2019 VALLADOLID

Cómo sobrevivir a una crisis reputacional

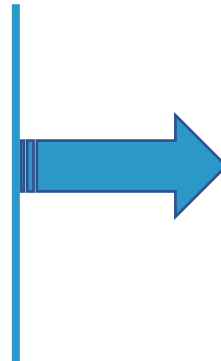
Natalia Sara  @NATALIASARA2



Reputación

Lo que se dice de un despacho pesa más que lo que éste hace

La **reputación del despacho** es la valoración global realizada por sus grupos de interés, basada en **creencias compartidas**, y que expresa el grado de **confianza**



- Imagen
- Credibilidad
- Transparencia
- Integridad
- Contribución

Nos movemos en
ecosistemas
comunicativos y de
relaciones

Necesitas
comunicar,
presencia digital



Riesgo Reputacional

El riesgo actual o futuro de **destrucción de valor del despacho, como consecuencia de la pérdida de confianza o descontento** por parte de los inversores, clientes o participantes en el mercado, ya que puede materializarse en términos de reducción de los ingresos e incremento de los costes operativos, regulatorios u otros.

Un **riesgo** tiene capacidad de generar una crisis si no se atiende su gestión de manera:

- Rápida
- Coordinada
- Pensar en su posible interés mediático y hacia otros públicos



CLAVE

Comunicación activa, simple y directa, sin ocultar información



Riesgos reputacionales





Crisis HOT

Características del escenario digital de crisis en el que nos encontramos

Impacto temporal

Ocurren con frecuencia y tienen un alto nivel de repercusión en los medios



igh Velocity

Alta velocidad de propagación a través de la hiperconexión del ciudadanos ciborg

ricky context

Multiplicación de stakeholders con cada vez mayor capacidad activismo organizado y presión digital

ver information

Infoxicación de contenidos que, en la mayoría de las ocasiones, se trata de fake news o contenido descontextualizado



Reputación Vs Riesgo Reputacional

Lo que se dice de un despacho pesa más que lo que éste hace

- Quejas
- Críticas
- Comentarios negativos
- Malentendidos
- Ataques de terceras personas
- Trolls
- Errores del despacho
- Declaraciones de abogados





1. Cuidado con el Efecto Streisand

La actriz demandó en 2003 al fotógrafo (Kenneth Adelman) por **violación de su privacidad** al salir su casa en una serie de fotografías aéreas tomadas de la zona costera de California con la finalidad de documentar y denunciar la erosión de la zona, colgadas en una web. Se hizo público, **lo que llevó a la curiosidad de la gente** de entrar a la web a ver cuál era esa foto y dónde estaba. Cuando se presentó la demanda, la fotografía solo había sido descargada siete veces (dos de ellas por los propios abogados de Streisand) y un mes después, más de 420.000 personas habían visitado el sitio web.

Sociedad Digital

EFFECTO STREISAND

Cuando un intento de silenciar o minimizar una información consigue **lo contrario**



Riesgos de **censurar y de borrar, contenido en Internet**, que por efecto rebote logran justamente lo contrario: dar mayor difusión a aquello que se quería evitar.



2. Conversación en RRSS

CONVERSACIÓN EN REDES SOCIALES

USUARIO		INTERACCIÓN		CONTENIDO	
	Ciudadano miembro de la opinión pública sin afiliación a otros intereses.		Mención: cita al perfil de empresa		Opiniones positivas: buenas opiniones sobre empresa/marca
	Aliado: persona o entidad que colabora o difunde nuestros mensajes (medio de comunicación, institución, empresa, profesionales del sector o clientes).		No mención: no cita al perfil de empresa		Opiniones negativas: malas opiniones sobre empresa/marca
	Activista: perfil que aprovecha cualquier hito mediático para arremeter contra la compañía aunque no de forma sistemática.				Pregunta: un usuario inquires al perfil de empresa/marca
	Troll: aquel perfil que de forma sistemática y continua critica a la empresa/producto				



2. Cómo interactuar en RRSS

TIPO DE INTERACCIÓN	RESPUESTA
  	NO
  	NO
@  	NO
@  	NO
  	NO
  	NO
@  	NO
@  	NO

TIPO DE INTERACCIÓN	RESPUESTA
  	Si el comentario está inserto dentro de una cadena con comentarios negativos de activistas o trolls, no contestar.
  	Si el comentario está inserto dentro de una cadena con comentarios negativos de activistas o trolls, no contestar.
  	Si el comentario está inserto dentro de una cadena con comentarios negativos de activistas o trolls, no contestar.
	- Si es un comentario aislado que no ha generado un hilo de respuestas de riesgo, se podría RT. - Si es un comentario aislado que no ha generado un hilo de respuestas de riesgo, se podría contestar compartiendo publicación favorable. - Si es un comentario aislado que no ha generado un hilo de respuestas de riesgo, se podría contestar intentando compartir material.





3. Cómo evitar el rumor 2.0

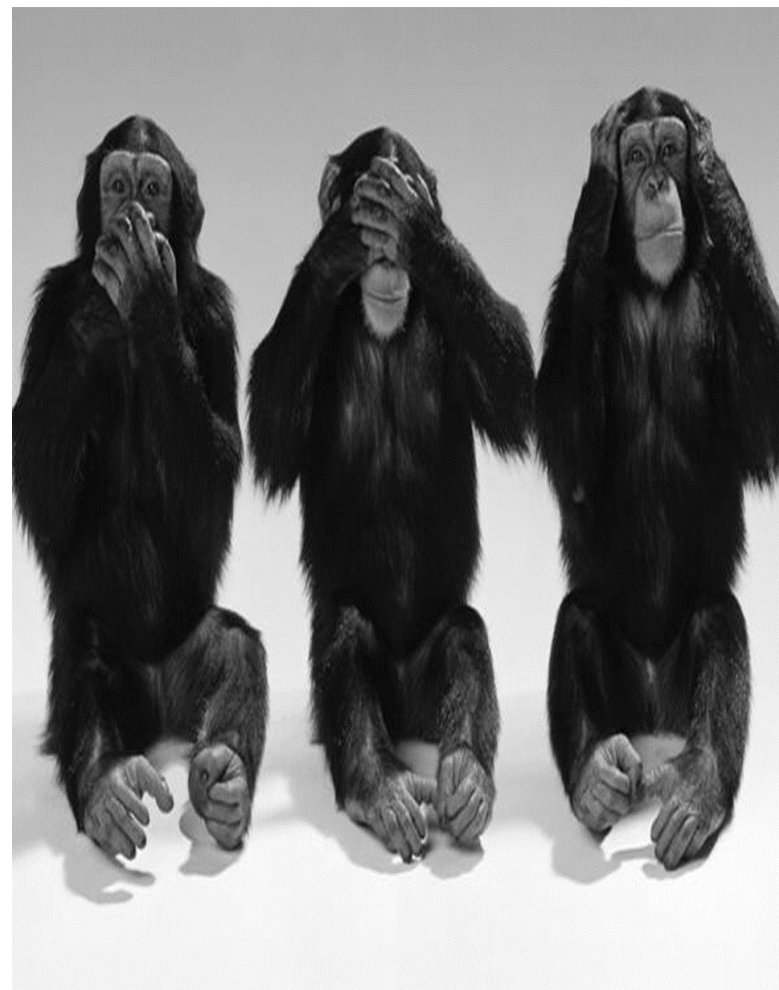
- Información rápida
- Puntual
- Objetiva
- No ocultismos (No Mentir)
- No alarma social
- Credibilidad y solvencia
- Influencia en lo ordinario para ser un despacho referente en lo extraordinario





Sólo los hechos comunican y nunca la ética ha sido tan rentable

Muchas veces no es la
crisis, sino la forma en
la que el despacho se
comunica y responde
lo que genera un
problema de
reputación





Se visible, con la verdad

**Cuando decimos lo que
podemos, en el
momento que debemos
y corregimos errores
de información
nos posicionamos como
la mejor fuente de
información.**





Atención a la ética y el contexto

“El comentario fue un error”

“Es un error creer que los accidentes solo ocurren a otros. A cualquiera nos puede pasar. Tenlo presente, sobre todo si tienes personas que dependen de ti económicamente. Bufete Rojas. Testamentos Inteligentes. Herencias Felices.”



INTERNACIONAL 24/03/2015 21:12 CET | Actualizado 28/03/2015 12:31 CET

El mensaje de un bufete tras el accidente provoca la ira en las redes sociales

Carlota E. Ramírez
EL HUFFINGTON POST



El Consejo General de la Abogacía interviene en la polémica de un despacho criticado por aprovechar el accidente aéreo en Francia para captar clientes

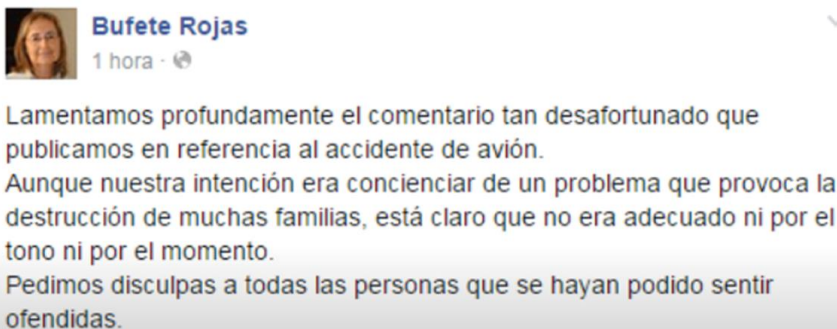


NO eliminar las RRSS

- Cerró cuentas de Twitter, Facebook

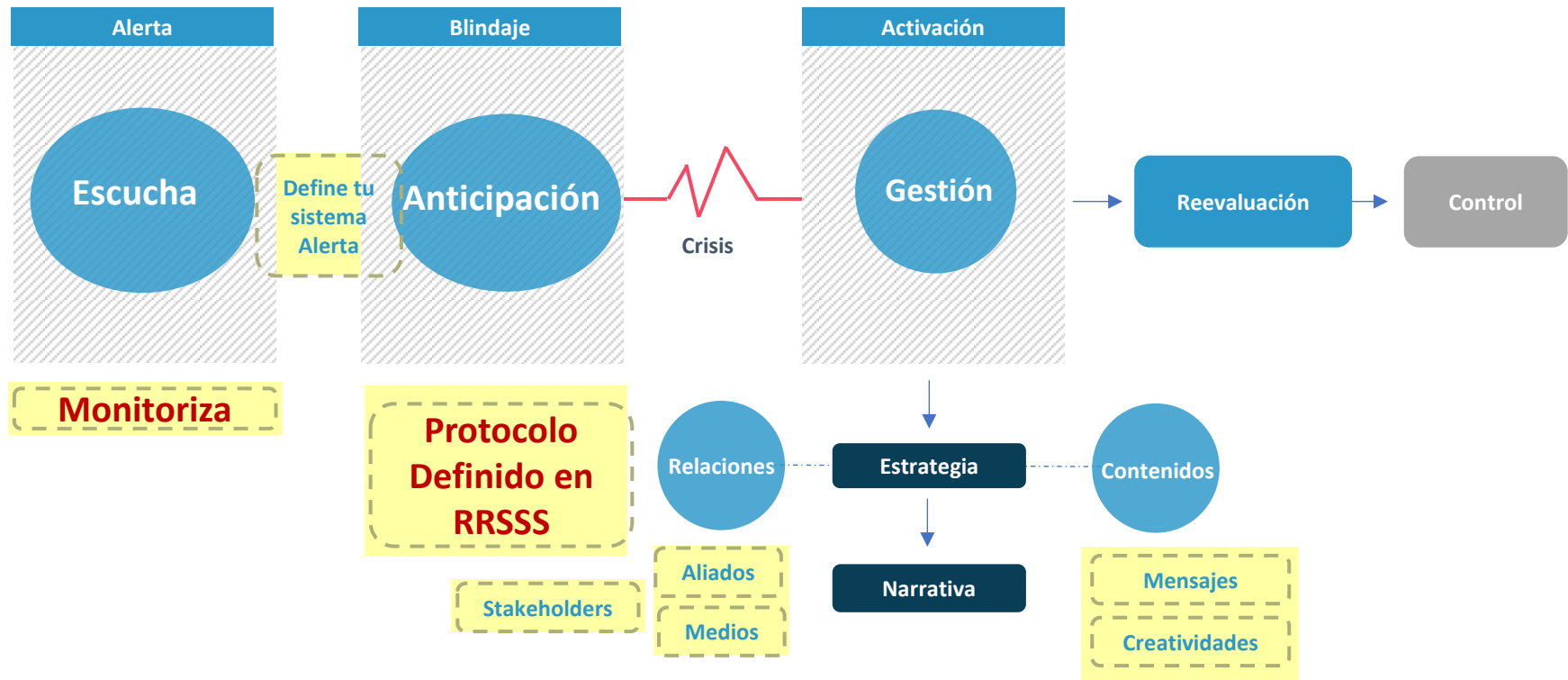
SI admitir error

- Reconocer comentario desafortunado
- Pedir disculpas





Ten tu propio Plan de Gestión de Crisis





**Detrás de cada tuit, de
cada post, hay una
persona que quiere ser
escuchada**

**En una crisis la
percepción es tan
importante o más
que la realidad**





La comunicación es tu aliado

Comunicación activa, simple y directa, sin ocultar información



- Interlocución con grupos interés para generar un escudo protector
- Presencia digital, aunque sea mínima
- Canales en RRSS
- Escuchar – Monitorizar –Interactuar
- Visibilidad – Transparencia -Confianza



La comunicación es tu aliado

Errar es humano, compórtate con empatía

