



Carolina Bonilla

Especialista en comunicación y reputación online. CEO de Influenzzia.



Despachos: cómo manejar una crisis de reputación online

En un mundo digital con unos flujos de la información cada vez más complejos y menos centralizados, **un despacho legal no puede permitirse el lujo de descuidar su reputación online**. Porque de ella depende la confianza y credibilidad que transmita la firma a sus *stakeholders* y, en consecuencia, la cuenta de resultados.

Ser elegido por clientes, inversores y partners depende en gran medida de ese intangible transversal que es la reputación. Y hoy día existen más posibilidades que nunca de ponerla en riesgo. Porque la hiperconectividad de las personas facilita la difusión de cualquier posible problema o queja, pudiendo llegar al riesgo extremo que supone su viralización. Internet puede dejar al despacho desnudo ante las críticas, y el daño puede extenderse muy rápidamente. Las conversaciones digitales se producen hoy en tiempo real, y hay que darles respuesta de una manera cada vez más veloz y eficaz.

Qué es la reputación de un despacho de abogados

La reputación es **la valoración positiva o negativa que hacen del bufete sus grupos de interés**, y está basada en creencias compartidas y percepciones que reflejan su grado de confianza.

¿Y quiénes son los grupos de interés clave para un despacho legal dentro y fuera de su propia organización?

SUSCRÍBETE >

para una conversión completa a PDF |