

# *Una solución integral para su reputación 2.0*

*Aportamos el valor  
que necesita*



# Lo sepa o no, ahora se está hablando de su empresa en la red

*Aceptémoslo, el entorno en el que nos movemos ha cambiado. Su empresa, aunque no lo haya deseado ni planificado, ya está en la Web. La irrupción de las redes sociales o el auge de los diarios digitales han cambiado las reglas de juego para las compañías. No es mejor, ni peor, simplemente diferente, un nuevo paradigma en el que se habla con un nuevo lenguaje y al que ya no es posible dar respuesta con las estrategias tradicionales. Sólo una solución con especialistas en seguridad y riesgos tecnológicos, reputación corporativa, comunicación 2.0 y abogados especializados en internet y gestión de crisis le permitirá hacer frente a los nuevos retos del entorno 2.0.*

¿Sabía que en menos de un año Facebook alcanzó los 500 millones de usuarios, lo que le convertiría en el tercer país más poblado del mundo?, ¿que el 80% de las compañías usan LinkedIn como su herramienta principal para captar

talento?, ¿o que según varios estudios las nuevas generaciones consideran que el e-mail es un herramienta demasiado “lenta”? ¿Se ha planteado, en definitiva, cómo puede internet ayudarle a fortalecer su marca?

***Pruebe a buscar en Google o en cualquier red social el nombre de su empresa, o el de sus ejecutivos. ¿Le gusta lo que lee?, ¿conoce el origen de los 20 primeros resultados de la búsqueda?, ¿los mensajes y contenidos son coherentes con la imagen de marca que desea dar?, ¿gestiona, aunque sea de forma indirecta, lo que los usuarios dicen en la red?***

# El 2.0. Un nuevo escenario con amenazas y oportunidades

## Oportunidades

- Diálogo en tiempo real, conocer “aquí y ahora” qué dicen sobre nuestra marca, ofrecer respuestas rápidas a las necesidades de nuestros stakeholders y, en definitiva, crear una relación sólida que aporte valor.
- Cualquier usuario puede pasar de ser simple consumidor a prescriptor o, incluso, “fan” de su marca. Cada vez, confiamos más en los comentarios de otros usuarios que en los de la propia marca.
- Interactuar con sus stakeholders le permitirá mejorar la transparencia de su empresa y, por tanto, la percepción de sus públicos, mejorando la capacidad de innovación a la hora de elaborar campañas de Marketing y Comunicación.
- Optimizar la estrategia de captación del talento y gestión de recursos humanos, ayudando a transmitir unos valores modernos, cercanos e innovadores, reforzando su posicionamiento y su marca.

## Riesgos

- Los usuarios han encontrado gracias a Internet un altavoz fácil de usar, capaz de convertir una crítica esporádica en un atributo de su marca o producto.
- Existe una impunidad aparente en el entorno online para los comentarios ofensivos (anónimos o no), el uso indebido de la marca o la filtración de información confidencial.
- Hay un ingente volumen de información circulando en la red que perdura en el tiempo, quedando disponible para todos los usuarios.

## ¿Cómo me organizo?

*Necesita nuevos procesos que permitan dar respuesta a cuestiones como: ¿quién gestiona y lidera la estrategia de posicionamiento?, ¿quién decide los mensajes y los medios?, ¿cómo se monitorizan los comentarios sobre nuestra compañía?, ¿y los de la competencia?, ¿debo tener una estrategia de defensa?, o ¿es preciso contar con una cobertura legal o una estrategia en materia de seguridad informática?*

## ¿Cómo, qué y dónde comunico?

*Este nuevo entrono requiere un nuevo modo de comunicar y gestionar la reputación: contenidos y servicios relevantes, feedback continuo con nuestros usuarios, participación activa y un diálogo honesto y en tiempo real con nuestras comunidades.*

# Una solución integral y adaptable

*Durante el proceso, que se adaptará a sus necesidades específicas, trabajará conjuntamente con un equipo multidisciplinar que le permitirá aprovechar las nuevas oportunidades que ofrece el nuevo entorno 2.0 mientras minimiza los riesgos.*

## 1. Diagnóstico

Localizaremos y analizaremos la conversación que su compañía y directivos generan en la web. Además, identificaremos sus interlocutores clave, su nivel de acceso a ellos y si el lenguaje de su organización está adaptado al entorno 2.0.

## 2. Estrategia 2.0

Desarrollaremos los procesos necesarios para la gestión eficaz de la reputación online. De forma adicional, se definirá la estrategia de posicionamiento, los medios y redes sociales clave y las guías para su uso. Además, identificaremos las posibles implicaciones legales y riesgos de cada una de las acciones.

## 3. Ejecución

Puesta en marcha de la estrategia: conversación bidireccional con los stakeholders, generación de contenidos, implantación de acciones concretas de comunicación 2.0 y monitorización de los contenidos.

## 4. Medición y valoración de los resultados

Las herramientas de detección permiten ver en tiempo real el resultado de nuestras acciones de comunicación y permiten reorientar la estrategia en caso necesario.

## Y en caso de una crisis de reputación, ¿sé cómo actuar?

*¿Debo pedir medidas cautelares o será contraproducente?, ¿existen otras alternativas?, ¿es mejor una estrategia proactiva o reactiva?. ¿Puedo pedir la retirada de comentarios ofensivos?, ¿qué hago ante una apropiación indebida de mi marca?.*

*Un equipo multidisciplinar de PwC le ayudará a dar respuesta a estas preguntas y gestionará junto a usted todos los aspectos clave de una crisis: estrategia de comunicación, política de reputación, y los posibles riesgos e implicaciones legales.*

# Aportamos el valor que necesita

*Sólo PwC puede proporcionarle un asesoramiento integral para gestionar de forma eficaz y coordinada todos los factores que afectan a la reputación de su empresa en el entorno 2.0. Ponemos a su disposición un equipo multidisciplinar con los mejores especialistas en:*

- Seguridad informática y riesgos tecnológicos
- Reputación Corporativa
- Comunicación 2.0.
- Abogados especializados en internet y gestión de crisis

## **Conocimiento sectorial y confianza**

Nuestros especialistas son expertos en el sector en el que opera su empresa y aplicamos la técnica y conocimiento de las mejores prácticas existentes en el mercado. El servicio será prestado con el rigor, la profesionalidad y la política de control de riesgos propios de una de las firmas líder de servicios profesionales del mundo.



***Si desea más información, puede contactar con las siguientes personas:***

**Alberto Castilla Vida**

alberto.castilla.vida@es.pwc.com | 915 685 460

**Israel Hernández Ortiz**

israel.hernandez.ortiz@es.pwc.com | 915 684 513

**Javier Ribas Alejandro**

javier.ribas@es.pwc.com | 932 532 865

**Jose Manuel Paredes González del Amo**

jose.manuel.paredes@es.pwc.com | 915 684 303



PwC ([www.pwc.com](http://www.pwc.com)) ofrece servicios de auditoría, consultoría y asesoramiento legal y fiscal, especializados en cada sector, para dar confianza e incrementar el valor de sus clientes. Más de 161.000 personas en 154 países aúnan sus conocimientos, experiencia y soluciones para aportar nuevos puntos de vista y un asesoramiento práctico.

© 2011 PricewaterhouseCoopers S.L. Todos los derechos reservados. "PwC" se refiere a PricewaterhouseCoopers S.L, firma miembro de PricewaterhouseCoopers International Limited; cada una de las cuales es una entidad legal separada e independiente.