

LO QUE UN LÍDER DEBE SABER

Edición #2

REPUTACIÓN, ¿QUÉ ES ESO DE LO QUE TANTO SE HABLA?

El diccionario de la Real Academia Española define reputación como la “opinión o consideración en que se tiene a alguien o algo” o el “prestigio o estima en que son tenidos alguien o algo”.

En Argos concebimos la reputación como una fórmula para crear valor y la entendemos **como el resultado de lo que hacemos, lo que decimos y, muy importante, lo que los diferentes públicos perciben de nosotros**. Cuando el imaginario que se instala es positivo se logra el aprecio, la elección o compra, la recomendación, la confianza o cualquier otra conducta de apoyo.

Es un hecho indiscutible que la reputación de una organización es importante para el éxito y es, además, **uno de sus activos más valiosos para la competitividad**.

Esta se construye todos los días desde diferentes aristas. Una de la más relevantes es la asociada con los líderes de la organización, tendencia que viene en aumento con la evolución del mundo digital. Líderes con buena reputación son un sello de confianza, principalmente en momentos de cambios o de crisis, en los que su visión e intervención ante diferentes grupos de interés puede marcar la diferencia.



¿CUÁLES SON LAS DIMENSIONES DE LA REPUTACIÓN?

- Visión estratégica, liderazgo y gestión de la dirección
- Estrategias comerciales y de marca
- Innovación
- Sostenibilidad (social y ambiental)
- Gestión del talento (orgullo)
- Gobierno corporativo, ética y confianza
- Resultados financieros



El equipo de líderes es fundamental en la construcción positiva de reputación que hacemos día a día, desde todos los procesos y con todos los grupos de interés, no solo en medios de comunicación.

8 REGLAS PARA CONSTRUIR REPUTACIÓN POSITIVA Y PARA CUIDARLA

- 1. Coherencia estratégica:** No se puede construir reputación sobre supuestos. Los hechos comunican.
- 2. Conocer y escuchar** las expectativas de los diferentes grupos de interés.
- Valorar las **experiencias, referencias y recomendaciones** de colaboradores, usuarios y grupos de interés, como fuente de información para la estrategia y la mejora continua.
- 4. Asumir responsabilidades:** Ante una dificultad, si vemos que debemos reconocer nuestra responsabilidad y ajustar algún proceso, es importante hacerlo.
- Tener claro cuál es **el propósito y la visión** de la compañía, más allá de la venta de un producto o la prestación de un servicio.
- 6. Conducta ejemplar, transparencia y sostenibilidad:** cada vez más las personas exigen el cumplimiento de estos tres frentes a las compañías.
- 7. Empatía** con el entorno y el contexto.
- 8. Tener planes de gestión** de crisis y preparar a la organización para enfrentarlas.



¿CUÁNTO SABES DE REPUTACIÓN CORPORATIVA?



¡TE RETAMOS A DESCUBRIRLO EN ESTE TEST!



FUENTES DE APOYO:

- <https://www.estudiodecomunicacion.com/la-reputacion-principal-intangible-empresarial/>
- <https://branward.com/branderstand/brand-reality-marca-vs-reputacion-de-marca/>
- <https://www.luismaram.com/diferencia-entre-marca-y-reputacion/>

¡SÍGUENOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES CORPORATIVAS!

