# Corporativo Financiero

1. Digital
2. Asuntos Públicos
3. Crisis
4. Consumer Engagement
5. Contexto Económico
6. Asuntos Europeos
7. Liderazgo y Posicionamiento Corporativo
8. Creación de Contenidos y Narrativas
9. RSC y Fundaciones Corporativas
10. Organizaciones y Personas
11. Métricas, Diagnóstico y Monitorización
12. Deporte y Estrategia de Negocio
13. Litigios
14. Proyectos Multipaís
15. Coaching Ejecutivo de Comunicación
16. Reestructuraciones

# **Corporativo Financiero**

Las compañías y las instituciones financieras están necesitadas de contar con estrategias de comunicación coherentes y consistentes que les ayuden a relacionarse con los mercados financieros.

La comunicación a los mercados durante operaciones de salida a bolsa, en procesos de ventas de activos, en el desarrollo de estrategias en procesos de adquisición de otras compañías, incluyendo operaciones transfronterizas en los mayores mercados de capitales, es crucial para el éxito de dichas operaciones.

Ninguno de estos procesos, además, puede llevarse a cabo sin la necesaria interlocución con los reguladores del mercado, ni ejecutarse sin tener en cuenta el impacto que las nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TICs) pueden tener sobre todos los grupos de interés, los actores y los tomadores de decisiones, que es imprescindible tener perfectamente alineados para que estas operaciones, de por sí, complejas, puedan tener éxito.

Por ello, LLORENTE & CUENCA gestiona estas operaciones a través de equipos multidisciplinares formados por especialistas altamente cualificados que operan de forma coordinada para ofrecer soluciones completas de consultoría.

Hemos sido parte de las operaciones de M&A más relevantes que han vivido los mercados de España y América Latina en los últimos 10 años y hemos asesorado en 6 de las 10 principales operaciones de fusiones y adquisiciones (M&A) en la historia del mercado español, gracias a nuestro equipo altamente cualificado y multidisciplinar.

Este trabajo viene avalado por el galardón Global SABRE Awards como “Mejor Consultoría de Comunicación Financiera del Mundo” en 2013, otorgado por The Holmes Report, lo que nos convierte en la única consultora española en recibirlo.

Nuestro liderazgo no sería posible sin nuestra pertenencia a AMO, la red global líder de consultorías de comunicación corporativa y financiera. AMO cuenta con más de 900 profesionales y se sitúa cada año en el top mundial del Ranking Global de Asesores de M&A.

Las empresas que componemos la red AMO asesoramos durante el año pasado 220 transacciones corporativas por un valor que supera los 384.000 millones de dólares, más que cualquier otra red o agencia en 2014, según datos de Mergermarket. De estas, LLORENTE & CUENCA ha asesorado cerca de 40 transacciones, de las cuales una treintena corresponden al mercado español. En concreto, ha sido asesor en muchas de las transacciones más relevantes de 2014 en España.

Necesidades

* Relacionamiento y gestión de la influencia de las instituciones financieras con medios de comunicación, inversores (institucionales y minoritarios) y autoridades/reguladores
* Relacionamiento y gestión de la influencia de las sociedades cotizadas con medios de comunicación, inversores (institucionales y minoritarios) y autoridades/reguladores
* Gestión de la comunicación asociada a eventos especiales de carácter financiero: Salidas a Bolsa, Fusiones, Adquisiciones (amistosas u hostiles), Reestructuraciones, Recapitalizaciones
* Gestión de contingencias financieras en la compañía: Caída del valor, eventos negativos asociados a productos (Eg.- cláusulas suelo), liquidaciones o quiebras

Servicios

* Plan Director o Marco Estratégico
* Plan de defensa de una entidad en el caso de un evento financiero no deseado (ej: adquisición hostil)
* Posicionamiento de una compañía previo a un evento extraordinario de carácter financiero
* Plan de recuperación reputacional tras un evento extraordinario negativo
* Posicionamiento comercial de productos y servicios de una entidad financiera
* Relación con inversores (institucionales o minoritarios)
* Relación con gobierno, autoridades y reguladores
* Diseño de la preparación de Roadshows y Juntas de Accionistas
* Relación con medios de comunicación
* Mapeo de stakeholders

Herramientas

* Training financiero. Preparación del management de la compañía para su actuación como portavoces ante los stakeholders que integran la comunidad financiera
* DDR (Due Dilligence Reputacional). Herramienta de medición que permite anticipar los problemas reputacionales a los que se enfrenta una compañía como consecuencia de una transacción corporativa
* Equity Story Reputacional. Narrativa de una compañía adaptada a cada stakeholder de la misma y que permite introducir la misma ante los diferentes actores de la comunidad financiera

**Digital**

Digitaliza tu Comunicación, Marketing y Asuntos Públicos

Te ayudamos a superar los desafíos de la transformación digital:

Proteger tu reputación en el mundo hipertransparente de los grandes datos (Big Data).

Destacar tus mensajes entre la saturación de contenidos de los canales digitales (Web, App, IoT, VR, RRSS…)

Conectar con tus públicos de individuos empoderados por las redes sociales y los dispositivos móviles.

Empieza ahora

¿Qué ganarás?

Mayor relevancia

Si tus contenidos no son seguidos ni compartidos en las redes, olvídate, no serás relevante en el mundo digital. ¿Quieres conseguirlo? Esta es la solución: desarrolla tu propia plataforma de periodismo de marca. Cuenta, informa y emociona.

Más influencia

Sabemos que no hay marcas influyentes, sino personas influyentes. También, que la influencia no es universal, sino relativa a unas comunidades de interés. ¿Cuáles son las tuyas? ¿Y cuáles tus personas? Potencia su identidad digital y conseguirás influir de verdad.

Mejor reputación

¿Quieres que te recomienden en los buscadores, redes y medios sociales? Empieza por escuchar las conversaciones de tus grupos de interés y termina por responderles con hechos e historias. Convierte tu monitoreo en inteligencia de redes.

¿Cómo lo conseguirás?

Periodismo de Marca

Para ser relevante en el mundo digital, tu marca debe comportarse como un medio digital. Con una misión editorial, un equipo de redacción y una agenda de actualidad. Tenemos las soluciones que pueden ayudarte.

Identidad Digital

Las redes sociales son redes de personas. No de logotipos, campañas, ni corporaciones. Si quieres influir de verdad, necesitas empoderar a tus aliados personales en las redes. ¿Cómo hacerlo? Sabemos cómo acompañarte.

Inteligencia de Redes

Las redes están llenas de riesgos, pero también de grandes oportunidades. Si escuchas con inteligencia, puedes convertir una crisis en un éxito de comunicación. Y un tema de conversación, en fortaleza de reputación.

**Asuntos Públicos**

Diálogo eficiente con los poderes públicos

Contribuimos a anticiparte y a mejorar tu reputación institucional

Inteligencia política, anticipación de riesgos regulatorios.

Posicionamiento institucional y diplomacia corporativa. Planificación, relacionamiento y reporte.

Lobby y representación de intereses.

¿Qué ofrecemos?

Mayor anticipación

Identificar información veraz sobre evolución del contexto social, político y electoral y sobre los riesgos regulatorios asociados a los procesos normativos y legislativos.

Mejor reputación

Construir soluciones que defiendan las posiciones de la compañía de forma coherente con el interés general, produciendo valor reputacional, relacional y organizativo.

Más influencia

Establecer un diálogo eficiente en el ámbito político, siempre en base a relaciones leales, estables, fluidas y transparentes con los poderes públicos.

¿Cómo te ayudamos?

Inteligencia política

Siguiendo toda la información relevante en el Congreso, Senado y parlamentos autonómicos; analizando los aspectos clave del entorno social, político, electoral y económico y estudiando los riesgos regulatorios por sectores de actividad económica.

Posicionamiento institucional

Elaborando y desarrollando Planes de relacionamiento político, institucional y de construcción de alianzas significativas en la defensa de las posiciones de la compañía y construyendo relatos corporativos adaptados a su realidad institucional.

Lobby

Representando los intereses de sectores sociales o de agentes económicos en los procesos de toma de decisiones públicas. Construcción de alianzas que promuevan y defienda intereses comunes de carácter estratégico o sectorial.

**Crisis**

Las compañías viven en un entorno de gran transparencia, incertidumbre y volatilidad que les somete a escenarios de alta complejidad y probabilidad de ocurrencia de situaciones de crisis, que pueden tener un impacto decisivo sobre su reputación.

Para afrontar estos retos, nuestro equipo ha desarrollado un modelo global de gestión de los riesgos reputacionales, basado en el análisis de los escenarios y tendencias, el desarrollo de programas de prevención y de gestión de crisis y la aplicación de herramientas propias que mejoran el seguimiento y el manejo de las situaciones críticas.

La gestión avanzada de los riesgos reputacionales exige una visión multidisciplinar, integral en cuanto al relacionamiento con los grupos de interés claves -decisores, reguladores, líderes de opinión, empleados, ciudadanía, servicios de emergencia, consumidores- y la creación de activos y contenidos informativos, o la coordinación internacional, en su caso.

Nuestro equipo ha participado en la gestión de las más relevantes crisis corporativas, financieras, sanitarias o de consumo de España y Latinoamérica, y cuenta con especialistas en la gestión de grandes emergencias y siniestros y de crisis online.

Necesidades

Gestión de insolvencias empresariales

Gestión de crisis en redes sociales

Gestión de retirada de producto

Gestión de crisis corporativas

Gestión de conflictos laborales

Formación y entrenamiento de portavoces y directivos

Identificación y monitoreo de riesgos potenciales

Desarrollo de protocolos de prevención de crisis

Soluciones

SOS Works

ERICiber

Cives

Servicios

Plan de Crisis

Manual de Comunicación de Crisis

Escucha activa de redes

Notoriedad y visibilidad en medios de comunicación

Relaciones Institucionales

Comunicación con empleados

Talleres de formación y entrenamiento de portavoces

Simulacros de crisis

Estudios de opinión

Herramientas

Alertas Reputacionales. “Herramienta informática para la gestión de alertas de crisis: a partir de la valoración de la incidencia, informa a los responsables a través de email y SMS y proporciona acceso a los protocolos”

MRO (Monitor de Riesgos y Oportunidades). “Analiza en redes sociales la evolución de los riesgos y oportunidades para la empresa, además de identificar a los principales interlocutores y clasificar los hitos de la empresa en función de su capacidad para generar impactos”

NetRelease: Concepción, producción y promoción de reportaje transmedia, basado en historias y personas reales, para la comunicación de valores de marca en medios, redes y buscadores

IssueBlog: Rápida puesta en producción y mantenimiento en tiempo real de un blog conectado con las redes sociales destinado a publicar contenidos de respuesta a crisis o de prevención de riesgos para la reputación corporativa

ViralResearch: Concepción, producción y promoción de un sitio basado en visualización de datos para la presentación de resultados o investigaciones de interés para las audiencias de una organización

**Consumer Engagement**

Conecta con tus consumidores a través de relatos diferenciales

Te ayudamos a crear engagement con las comunidades que pueden sumar a tu reputación y tu negocio

En Consumer Engagement somos especialistas en desarrollar relatos diferenciales que aporten coherencia a tu marca, activándola en diferentes territorios a través de contenidos de entretenimiento y estrategias de conversación que fomenten la fidelidad y la recomendación de los consumidores

Mejora el posicionamiento diferencial

Construye la identidad de tu marca, gestiónala y, sobre todo, ponla en acción a través de relatos diferenciales en territorios de conversación relevantes para el consumidor

Multiplica el engagement

Impulsa historias que aporten valor y entretenimiento a un consumidor cada vez más saturado de información y contenidos

Genera impacto y notoriedad

Combina diferentes formatos de comunicación (audiovisuales, interactivos y experienciales) al servicio de grandes historias para multiplicar el impacto en todos los puntos de contacto de tu marca

+50

Premios internacionales de Comunicación y creatividad del área

El esfuerzo que ponemos cada día en nuestro trabajo ha sido reconocido por entidades internacionales que reconocen la excelencia creativa como Cannes Lions, Stevie Awards, Publifestival, Mercury, The Sabre Awards, Premios Eikon, El Sol, entre otros

premios consumer

Soluciones

Consumer Engagemen

Branding conectado

Relato emblemático

Consumer trust

Branded entertainment

Brand PR

**Contexto Económico**

Transformar información en conocimiento útil

Ayudamos a entender mejor lo que sucede en el contexto económico, social y político

Análisis y previsión del contexto socio-económico y su evolución previsible.

Servicio de estudios personalizados.

Asesoramiento y formación del equipo directivo.

Posicionamiento de intereses en el debate público.

¿Qué ofrecemos?

Anticipación y reacción

En un entorno tan cambiante, a veces se toman decisiones precipitadas. Anticiparse a los cambios que puedan venir es una forma de aumentar la probabilidad de éxito. Anticipación, interpretación y éxito van de la mano.

Servicio personalizado

En la sociedad en que vivimos es fundamental renovar y actualizar conocimientos. ¿No tienes tiempo para seleccionar, clasificar y extraer conclusiones de toda la información que nos rodea? Nuestro servicio personalizado puede ayudarte a ello.

Conocimiento experto

Sabemos que necesitas un conocimiento adaptado a tus necesidades y a tus prioridades. Por ello, nuestro servicio de estudios cuenta con un equipo de expertos especializados en distintas áreas.

Más influencia

¿Quieres que se hable de los asuntos que de verdad te interesan? Comencemos por destacar aquellos temas importantes que no lo son tanto para el resto y consigamos poner tus intereses en la escena política, social y empresarial.

**Asuntos Europeos**

La Unión Europea (UE) es fuente de derechos y obligaciones que influyen muy significativamente en la capacidad de competir de las empresas, tanto en el ámbito europeo, como en el internacional.

Al mismo tiempo, es el principal origen y destino de las relaciones comerciales y de inversión de las empresas españolas y portuguesas.

En el proceso decisorio de la Unión Europea se adoptan normas que tienen implicaciones fundamentales en la actividad de las empresas.

Todo ello, conlleva la necesidad de conocer el procedimiento mediante el cual se toman las decisiones en el entramado institucional de la Unión Europea.

Detrás de esas decisiones, se encuentran un conjunto de medidas que afectan a la vida diaria de las empresas.

Las empresas deben ser capaces de influir en las instituciones europeas, a la vez que lo hacen en los Estados miembros de la UE, de manera que sus decisiones incluyan sus puntos de vista, y se anticipen a posibles efectos de aquellas en sus modelos de negocio y su capacidad para competir en los mercados.

Necesidades

Inteligencia: análisis de información relevante para convertir la marea de información proveniente de Bruselas en inteligencia útil para el cliente

Seguimiento y análisis de la evolución de la normativa europea que pueda afectar a su actividad empresarial: análisis político del desarrollo normativo y legislativo de la Unión, anticipación a los cambios

Previsión de escenarios cambiantes y anticipación de decisiones claves dentro del entramado de la UE

Entorno extremadamente complejo y cambiante en el que se mueven muchos intereses y donde se hace necesaria la actuación de un equipo altamente especializado

Gestión del posicionamiento institucional y de la influencia política en la UE

Gestión de riesgos políticos institucionales a nivel europeo

Gestión de agendas de relación que permitan al cliente defender su interés y su negocio

Transformación del riesgo en oportunidad

Servicios

Obtención y actualización constante de información relevante sobre la Unión Europea

Anticipación ante legislación europea que pueda afectar a nuestro negocio

Influencia y relacionamiento con el entorno institucional europeo

Conocimiento del panorama institucional europeo

Interlocución directa con actores clave en la UE

Contraste de opinión

Diagnóstico del potencial de influencia

Informes de inteligencia

Lobby en el proceso de adopción de normas

Mapa de influencia política

Gestión de alianzas

Programas formativos

Asistencia personalizada durante las reuniones

Discursos y mensajes

Herramientas

Boletín Next Week. Boletín en el cual se resaltan los principales desarrollos que tienen lugar en las principales Instituciones Europeas (Parlamento Europeo, Consejo, Comisión y Banco Central Europeo)

Notas Técnicas ad-hoc. Notas técnicas de análisis sobre los principales desarrollos, tanto a nivel político como institucional en Europa

Informes de Inteligencia. Informes de inteligencia sobre un hecho o desarrollo particular, analizando en profundidad las causas, consecuencias y efectos de éstos para el cliente.

**Liderazgo y Posicionamiento Corporativo**

El contexto empresarial se caracteriza por el creciente poder de la ciudadanía.

El principal reto para la competitividad de las empresas es la generación de confianza y protección de su reputación.

Las empresas necesitan fortalecer sus capacidades de inteligencia y reconocimiento sociales.

Las compañías necesitan construir su prestigio y liderazgo corporativos a través de una gestión excelente de cinco pilares fundamentales para el reconocimiento público: el prestigio, la credibilidad, la integridad, la transparencia y la contribución.

Necesidades

Entender los riesgos y oportunidades del entorno social que afecta a la organización

Proteger la legitimidad de la organización frente a los asuntos críticos

Buscar la diferenciación sostenible en el mercado a través de la reputación corporativa

Incrementar la influencia social de una organización o ejecutivo

Ejercer el liderazgo social en asuntos claves para la comunidad

Identificar socios de confianza para operaciones corporativas o en procesos de internacionalización

Soluciones

Plan estratégico de reputación corporativa

Due diligence reputacional

Plan de reputación del CEO

Servicios

Medición y diagnóstico de reputación

Peritajes reputacionales

Relacionamiento y diálogo con grupos de interés

Posicionamiento en rankings y clasificaciones

Premios y reconocimientos

Informes de inteligencia social

Herramientas

Reputation Relevance (Diagnóstico de reputación corporativa). Reputation Relevance es una solución desarrollada por LL&C para medir las actitudes de valor hacia la compañía por parte de los grupo de interés

FOCUS (Gestión de stakeholders). Reputation Focus es nuestra solución para alinear a los stakeholders más influyentes de la compañía en torno a la estrategia de reputación, construir redes de apoyo e identificar las oportunidades de engagement

ARCO (Narrativa corporativa. Reputation Arco es la metodología de LL&C para el desarrollo de un discurso corporativo eficaz en la vinculación con los stakeholders y basado en los principios de autenticidad, relevancia, coherencia y consistencia

**Creación de Contenidos y Narrativas**

La creación y difusión de contenidos propios dentro de un plan estratégico de una compañía se convierte en una necesidad de primer nivel ya que los contenidos de calidad generarán transparencia, credibilidad y oportunidades de relacionamiento con los grupos de interés.

Además, los contenidos de una compañía han de estar alineados con su narrativa y relato reputacionales, que ayuden a dotarle de continuidad y consistencia al diálogo de la compañía con todos sus grupos de interés.

La revolución de las nuevas tecnologías, ligada a la actual sobreinformación que Internet nos ofrece, hace que cada vez más las compañías tengan que ofrecer al consumidor una información de calidad y saber cómo conectar con sus públicos para diferenciarse.

Necesidades

Producir contenidos que compitan con éxito por la atención de los grupos de interés (economía de la atención)

Publicar contenidos que merezcan la confianza de los grupos de interés (economía de la reputación)

Propagar contenidos dignos de ser compartidos por los grupos de interés en sus medios y redes sociales (economía de recomendación)

Soluciones

Periodismo de Marca

Branded Entertainment

Servicios

Investigación y diagnóstico

Desarrollo de narrativas

Creación de contenidos para medios digitales

Creación del discurso de la compañía

**RSC y Fundaciones Corporativas**

El nuevo paradigma del mundo de los negocios obliga a las compañías a construir un modelo de creación de valor compartido que ayude a las empresas a generar el máximo valor para sus grupos de interés con el mínimo riesgo social y medio ambiental teniendo en cuenta toda su cadena de valor.

En LLORENTE & CUENCA entendemos la actividad en RSC como uno de las principales palancas reputacionales de las empresas. Es por este motivo que ponemos al servicio de las compañías nuestro expertise y especialización en la materia, así como las últimas tendencias en comunicación digital en nuestro portfolio de soluciones.

Necesidades

Comunicación de la RSC con el objetivo de compartir y hacer entender a los públicos objetivos de la empresa la implicación social y ambiental de ésta

Diseño de estrategias de RSC: planes estratégicos, reorganización de proyectos de RSC y optimización recursos

Definición de estrategias para Fundaciones Corporativas

Creación de Fundaciones de empresa, sociales y privadas

Proyectos sociales ad-hoc enfocados según los públicos objetivos de la empresa: jóvenes, mayores, mujeres, etc.

Memoria de RSC

Servicios

Planes Estratégicos

Auditoría Reputacional

Benchmarking

Comunicación Social

Memorias Sostenibilidad

Programas de Sensibilización

RSC Digital

Acción Social

Relacionamiento con el Tercer Sector

Realización de Parternariados Sociales

Diseño de programas sociales corporativos

Otros aspectos de la RSC

Gobierno Corporativo

Diversidad

Transparencia

**Organizaciones y Personas**

El empleado es un grupo de interés especial para las empresas porque cumple una doble función en la gestión de la reputación corporativa.

Por una parte, es el grupo de interés que, con mayor credibilidad, mejor puede validar lo que una compañía “dice” en relación con lo que realmente “hace” en el día a día.

Por otro, cumple una función de portavoz informal hacia otros grupos de interés externos a la compañía en todo aquello que dice, hace y experimenta de forma directa durante su jornada laboral y que comparte fuera de la misma.

La gestión de la relación de las compañías con este grupo de interés, en términos de comunicación (complementados con otros ámbitos de gestión de los recursos humanos) se convierte, así, en un elemento clave para la protección y promoción de la reputación de cualquier empleador.

Necesidades

Employer engagement

Employer branding

Creación de cultura corporativa

Atracción de talento del mercado

Generación de compromiso, involucración y sentimiento de pertenencia de los empleados

Construcción de reputación como marca empleadora

Gestión de la Comunicación Interna

Creación de una Intranet

Diseño y desarrollo de contenidos para convenciones de directivos, convenciones anuales y eventos para empleados

Creación de Blog interno y desarrollo de sus contenidos

Soporte para la atracción y retención de talento

Estrategias para la mejora del posicionamiento en clasificaciones estandarizadas (pj: Best Place to Work)

Soluciones

Intranet Social (creación de espacios de conversación dentro del entorno corporativo con tres ámbitos de contenido -Utilidad, Visibilidad y Entretenimiento- y su estrategia de dinamización y utilización)

Employer Branding: (plan de visibilidad sobre las buenas prácticas de un empleador en tres ámbitos: rankings, premios y líderes de opinión)

Servicios

Análisis de gestión de la comunicación con empleados

Análisis técnico y funcional de canales internos

Elaboración de contenidos y materiales de comunicación interna

Creación de canales de comunicación y conversación (canales tradicionales y digitales)

Diseño de eventos para empleados o empleables

Employer Branding: plan de visibilidad sobre las buenas prácticas de un empleador en tres ámbitos: rankings, premios y líderes de opinión

Análisis de satisfacción sobre la comunicación interna

Relaciones con los medios especializados en gestión de personas

Plan de visibilidad sobre las buenas prácticas de un empleador en tres ámbitos: rankings, premios y líderes de opinión

Preparación de candidaturas a premios

Despidos colectivos y conflictos laborales

La estrategia de comunicación en este tipo de procesos tiene como objetivo poner en contexto las medidas adoptadas, enmarcándolas dentro de los planes de negocio de la compañía y explicando con claridad las razones que la sustentan, al tiempo que se minimiza el impacto negativo sobre la compañía y sus marcas.

A través de una metodología y herramientas propias, LLORENTE & CUENCA ha desarrollado un programa de comunicación integral que aborda, de inicio a fin, todas las fases del proceso de reestructuración llegando a cada uno de los públicos implicados y reduciendo el impacto en los procesos de comunicación de los despidos colectivos o conflictos laborales.

Necesidades

Comunicación (con medios, instituciones y empleados) durante:

Despidos colectivos

Modificación Sustancial de las Condiciones de Trabajo (MSCT)

Cierre de centros de trabajo

Restructuración laboral

Conflictos laborales

Negociación colectiva / de convenios

Soluciones

Despidos colectivos y conflictos laborales (gestión de la comunicación interna y externa durante los diferentes hitos de los diferentes proyectos de reorganización laboral)

Servicios

Elaboración de la estrategia de comunicación y planes de acción ante cada escenario

Relato, argumentario y preguntas y respuestas

Entrenamiento de portavoces

Entrenamiento de equipos directivos en gestión de crisis

Relaciones con los medios y monitorización

Alertas 24×7 sobre la conversación en RRSS

Coordinación con el equipo legal encargado del proyecto

**Métricas, Diagnóstico y Monitorización**

Las acciones que las empresas realizan deben ser monitorizadas y deben ofrecer resultados medibles y cuantificables para la evaluación y, eventualmente, la toma de acciones correctoras para ejecutar planes de acciones estratégicos.

Las empresas deben asignar recursos necesarios para, no solo gestionar la reputación, los asuntos públicos y la comunicación, sino que, también, deben ser capaces de ofrecer una evaluación de los resultados sobre métricas independientes, reconocidas, estandarizas y universales.

Además, dicho diagnóstico es fundamental como medida previa al establecimiento de un plan estratégico para las compañías.

Necesidades

Medir los riesgos y las oportunidades de una empresa o institución ante un posible riesgo reputacional o una posible oportunidad para el negocio

Medir la reputación que una compañía tiene en el entorno digital y compararlo con la de sus competidores

Identificar y monitorear riesgos reputacionales o judiciales

Realizar estudios y diagnósticos de reputación

Servicios

Análisis de la conversación online para identificación de riesgos

Medición de la reputación de una compañía

Análisis de los riesgos y las oportunidades que una empresa tiene ante los asuntos de la agenda pública

Herramientas

Training financiero. Preparación del management de la compañía para su actuación como portavoces ante los stakeholders que integran la comunidad financiera

DDR (Due Dilligence Reputacional). Herramienta de medición que permite anticipar los problemas reputacionales a los que se enfrenta una compañía como consecuencia de una transacción corporativa

Equity Story Reputacional. Narrativa de una compañía adaptada a cada stakeholder de la misma y que permite introducir la misma ante los diferentes actores de la comunidad financiera

Alertas Reputacionales. “Herramienta informática para la gestión de alertas de crisis: a partir de la valoración de la incidencia, informa a los responsables a través de email y SMS y proporciona acceso a los protocolos”

MRO (Monitor de Riesgos y Oportunidades). “Analiza en redes sociales la evolución de los riesgos y oportunidades para la empresa, además de identificar a los principales interlocutores y clasificar los hitos de la empresa en función de su capacidad para generar impactos”

NetRelease: Concepción, producción y promoción de reportaje transmedia, basado en historias y personas reales, para la comunicación de valores de marca en medios, redes y buscadores

IssueBlog: Rápida puesta en producción y mantenimiento en tiempo real de un blog conectado con las redes sociales destinado a publicar contenidos de respuesta a crisis o de prevención de riesgos para la reputación corporativa

ViralResearch: Concepción, producción y promoción de un sitio basado en visualización de datos para la presentación de resultados o investigaciones de interés para las audiencias de una organización

Plataforma digital de gestión. Sistema para la gestión de crisis Online, que incluye el acceso remoto a los protocolos, el control de las comunicaciones internas y de las informaciones generadas

Reputation Relevance (Diagnóstico de reputación corporativa). Reputation Relevance es una solución desarrollada por LL&C para medir las actitudes de valor hacia la compañía por parte de los grupo de interés

FOCUS (Gestión de stakeholders). Reputation Focus es nuestra solución para alinear a los stakeholders más influyentes de la compañía en torno a la estrategia de reputación, construir redes de apoyo e identificar las oportunidades de engagement

ARCO (Narrativa corporativa. Reputation Arco es la metodología de LL&C para el desarrollo de un discurso corporativo eficaz en la vinculación con los stakeholders y basado en los principios de autenticidad, relevancia, coherencia y consistencia

Análisis FRAC (Factores de Riesgo de Amplia Cobertura). El Análisis FRAC es una herramienta que permite anticipar la potencial cobertura que puede generar un litigio tanto en medios como en redes sociales. Esto permitirá diseñar un plan de gestión de la reputación adecuado y, por tanto, determinar cuál es la mejor estrategia de comunicación a desarrollar

Guía / War Room: Plataformas digitales de gestión de crisis de acuerdo a los manuales y protocolos de las empresas, para la coordinación, respuesta oportuna y registro posterior, como caso de aprendizaje

MSRM (Mapping Stakeholders Relationship Management): Repositorio para la gestión del conocimiento generado por el relacionamiento de la empresa con stakeholders, con base de datos de contacto asociada a los proyectos estratégicos de las empresas, indicadores e histórico de los avances de los proyectos en función del networking generado y el grado de implicación conseguido con cada audiencia

MAPS (Monitorización y Análisis del Posicionamiento del Storytelling): Sistema de análisis de grandes datos para la identificación de comunidades y territorios de conversación en internet

Plataforma de formación y capacitación de profesionales en gestión de la identidad digital personal y corporativa

Radar de oportunidades y tendencias. El Radar de Oportunidades y Tendencias de LLORENTE & CUENCA es un informe periódico de inteligencia aplicado a una marca y a sus ámbitos de interés. Permite identificar y representar gráficamente áreas de influencia en el mercado, hábitos de consumidores y prospects, así como movimientos en grupos de interés en general

Web series. Las webseries son formatos de storytelling audiovisual organizados en capítulos y pensados para el ámbito online. Desde LLORENTE & CUENCA se desarrollan como herramientas de comunicación con foco humano (personas antes que productos), formato de entretenimiento y difusión transmedia (apoyo de la historia en diferentes canales)

Brand Films. Los Brand Films son películas (generalmente documentales) que reflejan los valores y objetivos de la marca a través de historias que resulten de interés para las audiencias y que posean un potencial más allá de la esfera online, con posibilidad de exhibición en otros ámbitos

Web Brand Story. La Web Brand Story traduce una webserie o un brand film al formato online, generando una huella digital y permitiendo que, más allá de la explotación en redes sociales de vídeo (como youtube), estos productos puedan tener una sede online en la que a la reorganización de los capítulos se añaden otros elementos narrativos y de información complementarios como declaraciones, fotografías o infografías

Interactive Brand Story. La Interactive Brand Story es la versión online interactiva de una webserie o brand film. Utiliza el material audiovisual de base para crear una experiencia para las audiencias que potencie su participación en la historia a través de interacciones que afecten al desarrollo de la misma

Comité Editorial Transmedia. El Comité Editorial Transmedia de LLORENTE & CUENCA es un organismo de organización interna de la política de contenidos de una marca que trabaja sobre la generación de sinergias,el aprovechamiento de oportunidades y la aportación de contexto de la misma a través de reuniones periódicas

Taller Creativo de Storytelling. El taller creativo de storytelling de LLORENTE & CUENCA es una jornada enfocada a todos los equipos que trabajan desde la marca en la generación de storytelling y la búsqueda de engagement con el consumidor desde diferentes disciplinas con el fin de aumentar la alineación, la reflexión y el descubrimiento de oportunidades potenciales

Boletín Next Week. Boletín en el cual se resaltan los principales desarrollos que tienen lugar en las principales Instituciones Europeas (Parlamento Europeo, Consejo, Comisión y Banco Central Europeo)

Notas Técnicas ad-hoc. Notas técnicas de análisis sobre los principales desarrollos, tanto a nivel político como institucional en Europa

Informes de Inteligencia. Informes de inteligencia sobre un hecho o desarrollo particular, analizando en profundidad las causas, consecuencias y efectos de éstos para el cliente

**Deporte y Estrategia de Negocio**

El deporte es la correa transmisora de mensajes más poderosa de la sociedad contemporánea y constituye una oportunidad clave para construir y cuidar la reputación de una compañía entre sus audiencias de interés y para buscar estrategias de negocio en su perímetro.

El triángulo deporte, empresa y sociedad y sus agentes activos necesitan de un relacionamiento permanente con el mercado. Para el intercambio de necesidades dentro de este triángulo son necesarias estrategias que mantengan activas a las partes implicadas en proyectos en los que los valores reputacionales del ‘territorio deporte’ son capitales.

Necesidades

Lograr que los patrocinios deportivos converjan con las líneas estratégicas de negocio de las compañías.

Acceder a celebrities del mundo del deporte para la prescripción y dinamización de los equipos de RRHH y otros colectivos de las compañías.

Crear y estrechar vínculos con todos los entes que conforman el universo deporte: empresas, organismos, deportistas, medios de comunicación, etc.

Detectar y aprovechar oportunidades transversales que el deporte y sus valores proporcionan a los proyectos de las empresas y entidades.

Desarrollar planes de marketing deportivo y de comunicación que encajen en las estrategias empresariales de las compañías.

Servicios

Construcción y/o reformulación de la narrativa corporativa ligada al deporte para su adecuación al discurso y a la línea estratégica de negocio.

Creación de planes de marketing deportivo que pivoten sobre la comunicación, el marketing y la publicidad, incluyendo eventos, redes sociales, etc.

Definición de planes de engagement laboral para empleados y otros stakeholders empresariales con la valiosa aportación de celebrities del ámbito deportivo.

Gestión de la colaboración entre las empresas y los distintos grupos de interés del deporte: organismos, deportistas, medios de comunicación, etc.

Construcción de proyectos deportivos de éxito a medida para estrategias empresariales.

**Litigios**

Las empresas y las personas -especialmente, los líderes corporativos y financieros y aquellas con una alta notoriedad social- están necesitadas de proteger su reputación.

Esta necesidad se agudiza durante las diferentes fases que atraviesa cualquier conflicto que tenga su origen o final en un procedimiento judicial.

Los procedimientos judiciales proyectan, en paralelo a las propias disputas e interpretaciones sobre el cumplimento de las leyes, un territorio adicional de confrontación entre las partes en lo social a través de los medios de comunicación y de las tecnologías de la información y comunicación.

Por lo tanto, cada vez más, es imprescindible contar con una estrategia para gestionar los posibles “juicios paralelos” y evitar que puedan influir en el procedimiento judicial, propiamente dicho, y perjudicar a la reputación de los afectados más allá de las propias resoluciones de los tribunales de justicia.

Necesidades

Apoyo en la gestión frente a la apertura de expedientes de la Comisión Nacional del Mercado y de la Competencia

Gestión del Derecho al Olvido

Asuntos relacionados con el Derecho de los trabajadores

Protección de la reputación ante un fraude o delito fiscal

Protección de la reputación ante una disputa accionarial

Protección de la reputación ante una demanda civil o querella criminal

Protección de la reputación ante un acuerdo extrajudicial, una declaración ante los tribunales o sentencia o resolución judicial o ante cualquier caso que se presente ante la Audiencia Nacional, el Tribunal Supremo, el Tribunal Constitucional o los Tribunales Superiores de Justicia

Protección de la reputación ante una reclamación de consumidores

Protección de la reputación ante un conflicto laboral

Servicios

Planificación y estrategia de comunicación

Entrenamiento de portavoces

Relaciones con los medios de comunicación

Escucha activa en entornos digitales

Seguimiento y alertas informativas

Informes de progreso y Análisis de situación

Elaboración de materiales: cronología, narrativa, preguntas y respuestas, etc.

Anexos técnicos y resúmenes (informes periciales, demanda o querella, etc.)

Herramientas

Análisis FRAC (Factores de Riesgo de Amplia Cobertura). El Análisis FRAC es una herramienta que permite anticipar la potencial cobertura que puede generar un litigio tanto en medios como en redes sociales. Esto permitirá diseñar un plan de gestión de la reputación adecuado y, por tanto, determinar cuál es la mejor estrategia de comunicación a desarrollar

**Proyectos Multipaís**

En el mundo globalizado en el que operan las compañías actualmente, la coordinación de proyectos y compañías internacionales entre los países en los que estas tienen presencia es crítica para la consecución de un efecto coherente y consistente entre todos sus grupos de interés en los mercados en los que operan.

Además, cuando una compañía quiere emprender un proceso de internacionalización debe conocer bien el mercado al que se va a internacionalizar, analizar el contexto en el que inicia el proceso y saber comunicar bien su llegada al nuevo mercado y a los mercados en los que la compañía ya está operando.

Es fundamental que el plan de implementación o los planes de proyectos y compañías estén elaborados de forma estratégica y coherente para todos los mercados en los que las empresas tienen o vayan a tener presencia para no caer en incoherencias y conseguir objetivos consistentes a nivel regional. Así, la gestión y protección de la reputación de una compañía debe estar alineada para todo el territorio en el que opera.

Necesidades

Conocer el nuevo entorno al que la empresa quiere internacionalizarse

Exportar su reputación al nuevo país al que se quiere internacionalizar

Coordinación internacional para alineamiento de la estratégica reputacional y de comunicación

Seguimiento y monitoreo de los grupos de interés del entorno legislativo a nivel internacional

Servicios

Mapas regionales de grupos de interés

Estrategia de reputación global

Plan de relacionamiento social

Relacionamiento con medios de comunicación

Relacionamiento con líderes de opinión

Soporte a la coordinación de los departamentos correspondientes de las compañías locales

Estrategias de Reputación multipaís

Diseño de herramientas de coordinación internacional

Monitoreo en los principales medios a nivel regional

**Coaching Ejecutivo de Comunicación**

La incertidumbre es una de las certezas más comunes que manejan los gestores. Reconocer la creciente dificultad de planificar el futuro es una constante en el discurso de los directivos.

En este entorno de más dudas que convicciones, los gestores necesitan convencerse a sí mismos de que los caminos que toman son los correctos y, en ese recorrido incierto, saber aprender de los errores. La misión del coaching es acompañar a la persona para que sea consciente de qué quiere lograr y cómo, a partir de una visión concreta y de un sólido compromiso de alcanzarla.

Aplicar el coaching a los profesionales del sector de la comunicación, y por extensión, a todos aquellos directivos que se relacionan directa o indirectamente con esta función, ayuda a fortalecer sus habilidades directivas desde el momento en que les facilita identificar sus fortalezas y debilidades, convertir las primeras en palancas de desarrollo y las segundas en obstáculos removibles. Además, el acompañamiento de un coach contribuye a mejorar el desenvolvimiento en el ecosistema de su organización.

El coaching hace mejores comunicadores a los directivos y mejores directivos a los comunicadores.

Las herramientas del coaching son, entre otras, la escucha, la conversación, la visión y la gestión de juicios y creencias. Todas ellas configuran el desafío más relevante al que se enfrentan hoy las organizaciones. Por esta razón, más de 200 CEO consultados por la Graduate School of Business de Stanford en 2013 para elaborar el Executive Coaching Survey respondieron que valoraron positivamente los procesos en los que participaron como coachees.

Necesidades

* Desarrollo de las capacidades directivas
* Refuerzo del liderazgo
* Potenciación de las habilidades de comunicación
* Mejora de la integración en la organización
* Desarrollo de la carrera profesional
* Balance entre la vida profesional y la personal

Soluciones

* Coaching Individual
* Coaching Equipo

**Reestructuraciones**

Nuestra experiencia nos ha permitido desarrollar un programa de comunicación adaptado a las particulares circunstancias de cada uno de los procesos laborales: reestructuraciones laborales, despidos colectivos, modificación de condiciones laborales, negociación de convenios, contingencias…

En estas situaciones, la comunicación cobra una especial importancia, pues contribuye tanto a rebajar las tensiones propias del conflicto, a través de una adecuada información, como a preservar la imagen y la reputación de la empresa en relación con sus diferentes stakeholders: empleados, clientes, proveedores, administraciones públicas, medios de comunicación o mercados financieros.

El objetivo es transmitir de forma clara y creíble a las audiencias clave la posición de la compañía, minimizar el impacto negativo sobre su imagen y contribuir a la continuidad futura del proyecto empresarial, actuando sobre el estado de opinión de sus públicos internos y externos.

Necesidades

* Minimizar el impacto sobre la imagen externa de la compañía
* Transmitir de forma clara y creíble a las audiencias clave la posición de la compañía
* Facilitar la labor de los portavoces externos e internos
* Gestionar adecuadamente las repercusiones de la decisión entre los empleados no afectados por la misma
* Eludir el “efecto contagio” que el proceso pueda tener en otras plantas o sedes de la empresa, inicialmente no afectadas

Servicios

* Plan de Comunicación
* Gestión online
* Plan de contingencias
* Formación
* Plan de continuidad ante la prolongación del conflicto
* Recuperación del clima