

“SIN UNA BUENA REPUTACIÓN LOS NEGOCIOS NO AVANZAN”

JOSÉ ANTONIO LLORENTE, SOCIO FUNDADOR Y PRESIDENTE DE LA CONSULTORÍA DE COMUNICACIÓN Y ASUNTOS PÚBLICOS LLYC, COMENTA LOS RETOS QUE HOY DÍA SE PRESENTAN A LA HORA DE COMUNICAR.

Llorente & Cuenca ha presentado recientemente su nueva propuesta, “Anticípate. Embrace Disruption”, con la que busca afianzar la manera en que las organizaciones deben encarar la incertidumbre de un entorno en continuo cambio. Para ello adopta una marca más corta y contundente, LLYC.

Ligado desde hace años al mundo de la comunicación, ¿cuáles son las claves de una buena consultoría de comunicación?

La clave es contar con un equipo de muy buenos profesionales y poner a los clientes en el centro de tu estrategia de negocio. Y esto, hoy en día, implica prepararse, saber entender la sociedad y anticiparse a sus desafíos, para poder ofrecer a los clientes soluciones a la medida que aprovechen las oportunidades y mitiguen los riesgos del entorno disruptivo en el que vivimos. La comunicación y la capacidad de influir y generar confianza son vitales para alcanzar el éxito hoy en día en cualquier actividad, cualquier negocio o cualquier proyecto.

Tras muchos años como Llorente & Cuenca, ahora sois LLYC. ¿Por qué el actual cambio de identidad de marca?

Desde que hace casi 25 años iniciamos la aventura de crear la mejor consultoría de comunicación y asuntos públicos, hemos ido evolucionando, con el objetivo de anticiparnos a los desafíos de nuestros clientes, y poder ofrecerles la mejor solución y el máximo impacto para su reputación, su

negocio y su licencia social para operar. Nuestro nuevo *tagline*, ‘Anticípate’, resume la propuesta que hacemos para sacar el mayor partido a la transformación de la sociedad y los negocios que estamos viviendo, porque pensamos que el cambio exige también de nuevos enfoques de comunicación. Ese nuevo enfoque que supone una evolución significativa lo acompañamos de un cambio de nuestra propia marca. LLYC nos ofrece el marco idóneo para el despliegue de las nuevas soluciones.

La adaptación a un mundo cambiante se hace esencial para una empresa que busca seguir siendo marca indispensable. ¿Cómo puede LLYC ser apoyo a esa marca en su relación con el cliente?

Somos conscientes de que gestionamos nuestras compañías en un contexto disruptivo, lo cual supone enormes oportunidades, pero también riesgos considerables. El éxito, hoy más que nunca, pasa por la anticipación y por un uso inteligente y evolucionado de la comunicación y la capacidad de influir. En LLYC ayudamos a nuestros clientes a conseguir lo más revolucionario que requiere esta nueva comunicación: gestionar siguiendo el guion de su narrativa (*storydoing*); situar a las personas en el centro; capitalizar la liquidez del mundo de hoy; explotar toda la capacidad de la tecnología y hacerlo desde el respeto a los códigos éticos más exigentes. **Sois especialistas en análisis del mundo digital y todo lo que aporta al entorno empresarial. ¿Hablamos**

siempre de ventajas para cualquier firma, por tradicional que sea?

La tecnología ha transformado la sociedad y los negocios y ha cambiado la forma en que nos comunicamos. Y cualquier firma, por pequeña o tradicional que sea, no puede ni debe ser ajena a ello. Hoy las marcas y las organizaciones necesitan participar de la conversación que sus *stakeholders* (clientes, accionistas, empleados, autoridades, líderes de opinión, etc.) están teniendo en las redes, en los medios y en la sociedad en general. Necesitan conocer y aprovechar todas las oportunidades que el mundo digital les ofrece para comunicarse con sus públicos y conocerles mejor, y para construir su reputación; y, no menos importante, mantener los canales de comunicación con ellos lo suficientemente activos para hacer frente a cualquier desafío que este entorno les plantea. Si tienes a tus clientes y consumidores en el centro de tu estrategia de negocio, no puedes dar la espalda al mundo digital.

Confianza, liderazgo, seguridad... Palabras que, de cara al cliente, LLYC busca cargar de significado. Cada caso, imagino que es un reto diferente.

Así es, todas ellas son palancas de la reputación de una marca que necesitan construirse a base de *storydoing*, es decir, de alinear tus acciones con tu relato, de construir un propósito que resuene con tus *stakeholders* y a cambio, haga crecer tu reputación, tu negocio y tu licencia social para operar. Ya no basta con decir que

eres el mejor, hoy en día tiene más credibilidad que lo digan otros, ya sean tus empleados, tus clientes o tus accionistas.

A la hora de comunicar, ¿cuáles son los grandes riesgos a los que se enfrenta una empresa y que desde LLYC procuran salvaguardar?

Cada negocio tiene un determinado tipo de riesgos que son intrínsecos a su actividad fundamental. No obstante, hoy en día las empresas son más vulnerables que nunca debido a los riesgos que afectan a su reputación. Sin una buena reputación los negocios no pueden desarrollarse y por eso, cualquier problema que afecta a la reputación afecta al negocio y a sus directivos. En el lado funcional, el reto de la comunicación es conocer bien las expectativas que tienen de la empresa sus *stakeholders*, y asegurar que su estrategia esté alineada con su narrativa. Si esa sintonía no existe se produce una pérdida de credibilidad o una desconexión con las audiencias sobre las que se desea impactar. Nosotros ayudamos a nuestros clientes a gestionar sus proyectos y su comunicación siguiendo el guion de su narrativa.

¿Qué objetivos se plantea la nueva LLYC? ¿Tienen previsto seguir creciendo a nivel nacional e internacional?

Sí. Crecer y hacerlo de manera sostenible y consistente está en nuestro ADN y no queremos renunciar a él. El buen trabajo y los clientes satisfechos son el mejor marketing y la mejor carta de presentación. Somos la principal consultoría de comunicación y asuntos públicos de España, Portugal y América Latina. El talento, la innovación y la tecnología son nuestros grandes motores de crecimiento, así que seguiremos trabajando para poder ofrecer las mejores soluciones de comunicación y asuntos públicos que demandan los desafíos de nuestro tiempo. ●

