



¿Cómo fortalecer la reputación de un abogado?

Por María José García Cervigón. Consultora de Marketing Jurídico. Socia-fundadora de Araque Legal Branding

Nelson Mandela, Mahatma Gandhi y Abraham Lincoln fueron tres de los juristas más influyentes de la Historia de la Humanidad en los que todo abogado debiera inspirarse, debido, sobre todo, a su gran labor en pos de la conquista de libertades y la democracia que hoy disfrutamos. Cumplían a la perfección aquello que afirmara el presidente del Tribunal Supremo de los EE UU, Warren Burger, en 1982, sobre lo que suponía ser abogado: *“su obligación es servir como sanador del conflicto humano”*.

1. Elaboración de un plan estratégico global de comunicación a largo plazo

La reputación de un abogado se mide por su renombre, influencia y prestigio y, para fortalecerla, es imprescindible que comunique su labor, su función social, debe dominar la gestión de su **marca personal** en sus tres fases: autoconocimiento + estrategia + visibilidad, para mostrar la mejor versión de sí mismo y convertirse así en un referente en su especialidad.

Como primer paso: la elaboración de un plan estratégico global de comunicación con una orientación a largo plazo, **tanto en un entorno digital**, también conocido como 2.0, **como en el ámbito tradicional**, con la vista puesta en diferenciarse de la competencia, que sus atributos profesionales se perciban y sobresalgan para, por añadidura ...