

La importancia de la protección de la reputación online personal y corporativa según Pablo Yglesias

Con la crisis del COVID19, muchas empresas y profesionales han dado por fin el paso adecuado en la digitalización de sus negocios, encontrándose con que en algunos casos la reputación online de la marca estaba totalmente fuera de control

Situaciones como esta, dice Pablo F. Iglesias, director de estrategia en PabloYglesias, es “algo totalmente habitual en perfiles, tanto corporativos como personales, que nunca han implementado una estrategia de presencia digital”.

Como bien cuenta en su página, la identidad digital de una marca y de cualquiera se compone de dos elementos:

La presencia digital, es decir, el conjunto de acciones que realiza la propia persona u organismo y que dejan una huella en el entorno online, como pueden ser las publicaciones en redes sociales o el contenido publicado en una página web o en foros.

La reputación online, esto es, el conjunto de opiniones que terceros vierten sobre la marca o persona. Artículos en medios de comunicación, opiniones en foros o comentarios de periódicos, etc.

Por tanto, mientras la presencia digital depende por completo de las acciones que uno mismo realice, la reputación online es totalmente dependiente de lo que terceros opinan sobre cada uno.

¿Significa esto que no se puede hacer nada para mejorar la reputación digital?

Como señala el consultor de reputación online Pablo F. Iglesias, “hay maneras de desposicionar contenido que es dañino para nuestros intereses, y con una estrategia bien diseñada podemos controlar los primeros resultados de las búsquedas para que el impacto reputacional del contenido negativo sea mucho menor, lo que repercute directamente en el negocio y en nuestras posibilidades de prosperar económica y socialmente”.

Para ello, continua, “tenemos herramientas como los sistemas de alerta temprana, que una vez configurados nos permiten darnos cuenta de cuando algún contenido publicado por terceros atenta contra nuestros intereses”.

A la hora de mejorar la reputación online de una marca o persona, se establecen dos caminos: “Por un lado generamos contenido y lo posicionamos en Internet (un trabajo de presencia digital) y por otro estudiamos si hay razones legales para exigir que el contenido negativo se borre o desindexe de las

búsquedas (reputación online)".

La unión de estas dos estrategias da como resultado el control de la imagen que una persona conocida o una empresa tiene en Internet. Un aspecto crítico a la hora de que un potencial cliente o un potencial reclutador se fije en la empresa.

A fin de cuentas, el 95% de los usuarios se quedan únicamente con los primeros 10 resultados (la primera página) que muestra Google cuando realiza una búsqueda. En posicionamiento web, estar en la segunda página de resultados es prácticamente como no existir.

En PabloYglesias ayudan desde hace más de 8 años tanto a empresas como a particulares con consultoría de reputación online. Estudian cada caso, e implementan la estrategia óptima para proteger los intereses de sus clientes, mediante solicitudes de eliminación o desindexación de contenido dañino, analítica y diseño de sistemas de alerta temprana frente a crisis reputacionales, desarrollo web, posicionamiento SEO, gestión de redes sociales y publicidad digital o SEM.

Más información: <https://www.pabloyglesias.com/servicios-reputacion-online/>

Datos de contacto:

Pablo F. Iglesias
697722901

Nota de prensa publicada en: [Getafe](#)

Categorías: [Nacional](#) [Derecho](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>