

AVUI XATEGEM AMB:

Pablo Vinageras, José Luis Martín y Cristina Hernández-Martí. Abogados miembros de la Asociación Internacional de Jóvenes Abogados (AIJA).



¿QUÉ ES MÁS IMPORTANTE HOY EN DÍA LA MARCA PERSONAL O CORPORATIVA EN UN CONTEXTO INTERNACIONAL?

JLM– En mi opinión, tanto la marca personal como la corporativa son elementos esenciales que definen al abogado, si bien el peso específico tanto de una como de la otra probablemente varía en función del entorno en que cada profesional desarrolla su carrera. En este sentido y siempre basándome en mi experiencia, en un contexto de pequeño despacho como en el que he venido ejerciendo hasta el momento, la marca personal es un factor absolutamente definitivo y considero que los valores o principios que no logre transmitir una marca personal coja o sesgada van a ser difícilmente integrables por la marca corporativa asociada al despacho.

PV– Entiendo que la marca personal es un valor indispensable de cada abogado en un mercado homogéneo y competitivo como el actual. Hoy en día es necesario que el abogado desarrolle un constante y adecuado branding para dejar estela de su esencia. “Tu vida es tu mensaje”, decía Gandhi. Todo comunica y genera marca personal, buena o mala. La marca personal tiene que ir de la mano de la marca corporativa que redundará en el branding propio.

Es vital diferenciarse y tener visibilidad, transmitir confianza y principios sólidos en el actual entorno tan cambiante, tener una propuesta de valor que te posicione como el más valioso y deje patente tu ventaja competitiva.

CHM– Ambas deben ir unidas y requieren de una estrategia común que las defina y las encamine hacia la conquista del cliente. La reacción natural de nuestro posible cliente, nacional o internacional,

es desconfiar de nuestro servicio y exigir los mejores resultados, y es aquí donde nuestra estrategia nos define. Ambas nos ayudarán a diferenciarnos del resto de competidores, y ambas nos ayudarán a derribar las barreras de desconfianza generadas gracias a una reputación e imagen positivas.

¿CONSIDERÁIS ESENCIAL LA ESTRATEGIA Y POSICIONAMIENTO DIGITAL?

PV– Sí. En la era digital en la que estamos también es necesario hablar de identidad digital. La tecnología está (y seguirá) cambiando la profesión y la prestación de servicios legales de muchos modos. Las redes sociales te permitirán forjar tu reputación, conectar con personas cuyos intereses se asemejan a los tuyos, localizar oportunidades de negocio y ponerte en contacto con personas que pueden ayudarte a consolidar tu red.

CHM– Totalmente. El mundo de nuestros días no admite una desconexión tecnológica. Las firmas del futuro son aquellas que ya hoy, en su presente, están preocupadas por su estrategia digital y destinan recursos para poder acompañar a sus clientes ofreciendo un servicio actual y no anclado en el pasado. El inmovilismo y el miedo que sufren las firmas no queda respaldado por el mercado, que solicita a “su asesor” haber iniciado el camino digital de la misma manera que ellos lo han iniciado.

JLM– Desde luego, hemos alcanzado un punto en el que negar la importancia de la estrategia y el posicionamiento digital sería un síntoma innegable de un preocupante grado de desconocimiento del entorno en que actualmente trabajamos los prestadores de servicios, como nosotros. Definitivamente,

resulta imprescindible consolidar una presencia digital adecuada a los tiempos que corren.

¿QUÉ PUEDE OFRECER AIJA AL JOVEN ABOGADO?

CHM– AIJA ofrece la posibilidad de disfrutar de una serie de recursos aplicables a su desarrollo profesional y personal que muy difícilmente podrá encontrar en otra asociación. El compañerismo, la inquietud por el aprendizaje y la búsqueda de una continúa formación que posibilite sentirse más seguro en el asesoramiento al cliente, unidas a una potentísima red de contactos, sitúa a sus miembros en un escalón superior. Y todo ello, en un entorno amigable y divertido.

JLM– Sin lugar a dudas, AIJA es una herramienta de utilidad contrastada cuando se trata de jóvenes abogados que desarrollan su carrera en el ámbito internacional. Como tal, lo que proporciona AIJA es la posibilidad de establecer contacto con compañeros de un número prácticamente ilimitado de jurisdicciones en un marco diseñado para que las barreras culturales lógicamente existentes queden superadas de forma inmediata, mediante la potenciación de elementos de unión y principios internacionalmente transversales.

PV– AIJA será lo que cada abogado desee. Es una ventana internacional de alternativas para montar una red de contactos, reforzar aprendizaje, compartir experiencias e incluso forjar amistades. AIJA ofrece un continuo crisol de programas científicos para todas las especialidades y sobre todo te permite conocer abogados de otra jurisdicción en un entorno más afable.

