

Saca partido a tu marca a través del storytelling

El arte de contar historias

Miguel Román – Consultor Senior en RocaSalvatella

07 de noviembre de 2023

ÍNDICE

1

El arte de contar historias

- ¿Qué es el storytelling?
- ¿Por qué es tan importante?
- ¿Cuáles son sus ingredientes?

2

¿Por dónde empiezo?

- Los pasos para escribir una buena historia
- ¿Cómo sé si mi relato es bueno?
- Ejemplos reales aplicados al marketing
- Recomendaciones

3

Claves del éxito

- Tendencias de storytelling
- Recomendaciones



1

El arte de contar historias

-
- ¿Qué es el storytelling?
 - ¿Por qué es tan importante?
 - Los ingredientes del storytelling
-

“No hay nadie a quién no podrías aprender a amar después de haber escuchado su historia”.

Fred Rogers

1 El arte de contar historias

¿Qué es exactamente el storytelling?

Historia (story) + contar (telling) = Contar historias (storytelling)

El proceso de contar historias en torno a una marca, empresa, producto o servicio que apela a las emociones y la esencia de la marca.

Storytelling es

- Arte de comunicar mensajes, valores y emociones a través de una narrativa convincente.
- Lo que tu marca representa
- Algo que habla sobre tus clientes
- Conectar con la audiencia y generar impacto
- Una interacción entre tus clientes y tu marca

Storytelling NO es

- Cualquier artículo de 10.000 palabras
- Tus metas de venta
- Un anuncio
- Algo que habla de tu marca
- Aburrido
- Algo “increíble” que ocurrió
- Una presentación comercial para vender

1 El arte de contar historias

¿Por qué es tan importante para las marcas?

Algunos puntos de por qué es tan importante para las empresas....

1

Hace concretos los conceptos abstractos y simplifica los mensajes complejos



2

Acerca a las personas y crea un sentido de comunidad entre un grupo de gente amplio



3

Inspira y motiva. Toca las emociones de la gente y expresa historias inspiradoras y motivantes



1 El arte de contar historias

¿Por qué es tan importante para las marcas?

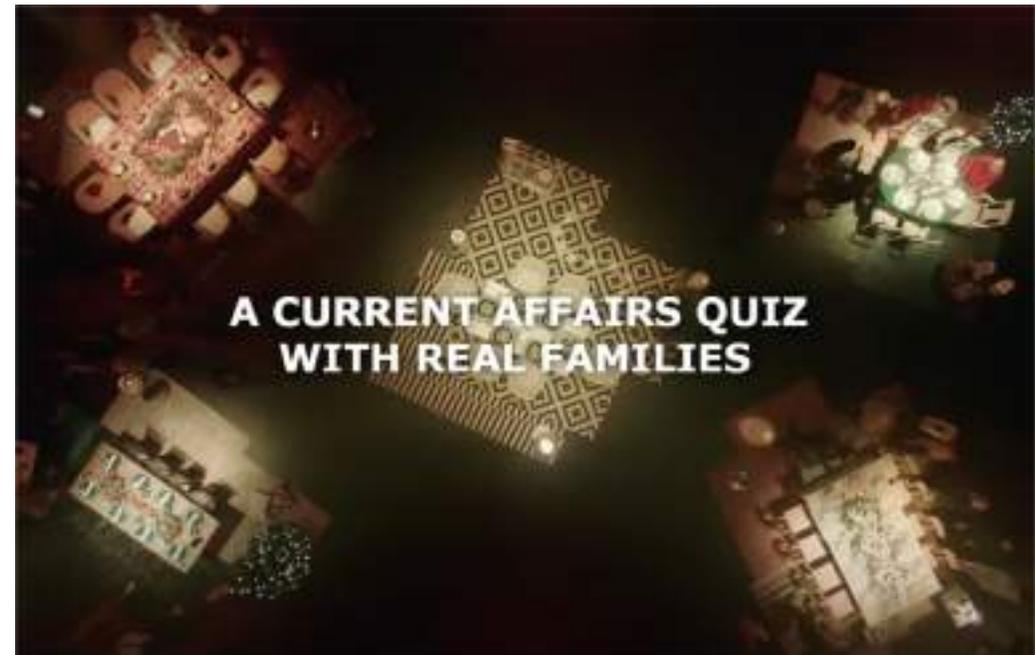
El relato es nuestra **vía natural de comunicación**. Es apto para siempre y para todas las marcas, y se puede abordar en cualquier formato.

Veamos algunos ejemplos:

Nike: "Just do it"



Ikea – Desconecta para conectar:



1 El arte de contar historias

Los ingredientes del storytelling

1

El protagonista



2

El enemigo



3

El conflicto



4

El desenlace



5

La moraleja



1 El arte de contar historias

Los ingredientes del storytelling

El protagonista



1 El arte de contar historias

Los ingredientes del storytelling

El protagonista

El enemigo



1 El arte de contar historias

Los ingredientes del storytelling

El protagonista

El enemigo



El conflicto

1 El arte de contar historias

Los ingredientes del storytelling

El protagonista

El enemigo



El desenlace

El conflicto

1 El arte de contar historias

Los ingredientes del storytelling

El protagonista

El enemigo



La moraleja

El desenlace

El conflicto

2

¿Por dónde empiezo?

-
- Los pasos para escribir una buena historia
 - ¿Cómo sé si mi relato es bueno?
 - Ejemplos reales aplicados al marketing

**¿Qué pasos debo seguir
para escribir una buena
historia para mi marca?**

2 ¿Por dónde empiezo?

Los pasos para escribir una buena historia

¿Qué pasos debo seguir para escribir una buena historia para mi marca?

Descubre y ten clara la identidad de tu marca:

- Historia
- Competidores
- Filosofía
- Misión
- Meta

1

2 ¿Por dónde empiezo?

Los pasos para escribir una buena historia

¿Qué pasos debo seguir para escribir una buena historia para mi marca?

Descubre y ten clara la identidad de tu marca:

- Historia
- Competidores
- Filosofía
- Misión
- Meta

1

Define un objetivo y qué quieres transmitir al lector para que te perciba de forma auténtica.

2

2 ¿Por dónde empiezo?

Los pasos para escribir una buena historia

¿Qué pasos debo seguir para escribir una buena historia para mi marca?

Descubre y ten clara la identidad de tu marca:

- Historia
- Competidores
- Filosofía
- Misión
- Meta

1

Define un objetivo y qué quieres transmitir al lector para que te perciba de forma auténtica.

2

Encuentra la idea, es decir, la forma de conseguir tu objetivo, Este será el hilo conductor de tu historia.

3

2 ¿Por dónde empiezo?

Los pasos para escribir una buena historia

¿Qué pasos debo seguir para escribir una buena historia para mi marca?

Descubre y ten clara la identidad de tu marca:

- Historia
- Competidores
- Filosofía
- Misión
- Meta

1

Define un objetivo y qué quieres transmitir al lector para que te perciba de forma auténtica.

2

Encuentra la idea, es decir, la forma de conseguir tu objetivo, Este será el hilo conductor de tu historia.

3

Básate en la historia real de los personajes y define un protagonista (en este caso, el cliente).

4

2 ¿Por dónde empiezo?

Los pasos para escribir una buena historia

¿Qué pasos debo seguir para escribir una buena historia para mi marca?

Descubre y ten clara la identidad de tu marca:

- Historia
- Competidores
- Filosofía
- Misión
- Meta

1

Define un objetivo y qué quieres transmitir al lector para que te perciba de forma auténtica.

2

Encuentra la idea, es decir, la forma de conseguir tu objetivo, Este será el hilo conductor de tu historia.

3

Básate en la historia real de los personajes y define un protagonista (en este caso, el cliente).

4

La trama. Traza una hoja de ruta con un planteamiento, un nudo y un desenlace para mantener al lector vivo.

5

2 ¿Por dónde empiezo?

Los pasos para escribir una buena historia

¿Qué pasos debo seguir para escribir una buena historia para mi marca?

Descubre y ten clara la identidad de tu marca:

- Historia
- Competidores
- Filosofía
- Misión
- Meta

1

Define un objetivo y qué quieres transmitir al lector para que te perciba de forma auténtica.

2

Encuentra la idea, es decir, la forma de conseguir tu objetivo, Este será el hilo conductor de tu historia.

3

Básate en la historia real de los personajes y define un protagonista (en este caso, el cliente).

4

La trama. Traza una hoja de ruta con un planteamiento, un nudo y un desenlace para mantener al lector vivo.

5

Dar el primer paso. No hay segundas oportunidades para una primera impresión, llama su atención en los primeros segundos.

6

2 ¿Por dónde empiezo?

Los pasos para escribir una buena historia

¿Qué pasos debo seguir para escribir una buena historia para mi marca?

Descubre y ten clara la identidad de tu marca:

- Historia
- Competidores
- Filosofía
- Misión
- Meta

1

Define un objetivo y qué quieres transmitir al lector para que te perciba de forma auténtica.

2

Encuentra la idea, es decir, la forma de conseguir tu objetivo, Este será el hilo conductor de tu historia.

3

Básate en la historia real de los personajes y define un protagonista (en este caso, el cliente).

4

La trama. Traza una hoja de ruta con un planteamiento, un nudo y un desenlace para mantener al lector vivo.

5

Dar el primer paso. No hay segundas oportunidades para una primera impresión, llama su atención en los primeros segundos.

6

Dale vida a tu historia. Activa los sentidos de tu lector y dale detalles específicos.

7

2 ¿Por dónde empiezo?

Los pasos para escribir una buena historia

¿Qué pasos debo seguir para escribir una buena historia para mi marca?

Descubre y ten clara la identidad de tu marca:

- Historia
- Competidores
- Filosofía
- Misión
- Meta

1

Define un objetivo y qué quieres transmitir al lector para que te perciba de forma auténtica.

2

Encuentra la idea, es decir, la forma de conseguir tu objetivo, Este será el hilo conductor de tu historia.

3

Básate en la historia real de los personajes y define un protagonista (en este caso, el cliente).

4

La trama. Traza una hoja de ruta con un planteamiento, un nudo y un desenlace para mantener al lector vivo.

5

Dar el primer paso. No hay segundas oportunidades para una primera impresión, llama su atención en los primeros segundos.

6

Dale vida a tu historia. Activa los sentidos de tu lector y dale detalles específicos.

7

Revisa lo que has escrito y mejora la experiencia de tu lector. Mira con detalle si el relato refleja tu personalidad.

8

2 ¿Por dónde empiezo?

Los pasos para escribir una buena historia

¿Qué pasos debo seguir para escribir una buena historia para mi marca?

Descubre y ten clara la identidad de tu marca:

- Historia
- Competidores
- Filosofía
- Misión
- Meta

1

Define un objetivo y qué quieres transmitir al lector para que te perciba de forma auténtica.

2

Encuentra la idea, es decir, la forma de conseguir tu objetivo, Este será el hilo conductor de tu historia.

3

Básate en la historia real de los personajes y define un protagonista (en este caso, el cliente).

4

La trama. Traza una hoja de ruta con un planteamiento, un nudo y un desenlace para mantener al lector vivo.

5

Dar el primer paso. No hay segundas oportunidades para una primera impresión, llama su atención en los primeros segundos.

6

Dale vida a tu historia. Activa los sentidos de tu lector y dale detalles específicos.

7

Revisa lo que has escrito y mejora la experiencia de tu lector. Mira con detalle si el relato refleja tu personalidad.

8

Supera la prueba de algodón. Comprueba que tu texto es específico, sin frases abstractas y sin errores gramaticales u ortográficos.

9

2 ¿Por dónde empiezo?

Los pasos para escribir una buena historia

¿Qué pasos debo seguir para escribir una buena historia para mi marca?

Descubre y ten clara la identidad de tu marca:

- Historia
- Competidores
- Filosofía
- Misión
- Meta

1

Define un objetivo y qué quieres transmitir al lector para que te perciba de forma auténtica.

2

Encuentra la idea, es decir, la forma de conseguir tu objetivo, Este será el hilo conductor de tu historia.

3

Básate en la historia real de los personajes y define un protagonista (en este caso, el cliente).

4

La trama. Traza una hoja de ruta con un planteamiento, un nudo y un desenlace para mantener al lector vivo.

5

Dar el primer paso. No hay segundas oportunidades para una primera impresión, llama su atención en los primeros segundos.

6

Dale vida a tu historia. Activa los sentidos de tu lector y dale detalles específicos.

7

Revisa lo que has escrito y mejora la experiencia de tu lector. Mira con detalle si el relato refleja tu personalidad.

8

Supera la prueba de algodón. Comprueba que tu texto es específico, sin frases abstractas y sin errores gramaticales u ortográficos.

9

Culmina con una llamada a la acción y guía a tu cliente para realizar el siguiente paso.

10

2 ¿Por dónde empiezo?

Los pasos para escribir una buena historia

¿Qué pasos debo seguir para escribir una buena historia para mi marca?

Descubre y ten clara la identidad de tu marca:

- Historia
- Competidores
- Filosofía
- Misión
- Meta

1

Define un objetivo y qué quieres transmitir al lector para que te perciba de forma auténtica.

2

Encuentra la idea, es decir, la forma de conseguir tu objetivo, Este será el hilo conductor de tu historia.

3

Básate en la historia real de los personajes y define un protagonista (en este caso, el cliente).

4

La trama. Traza una hoja de ruta con un planteamiento, un nudo y un desenlace para mantener al lector vivo.

5

Dar el primer paso. No hay segundas oportunidades para una primera impresión, llama su atención en los primeros segundos.

6

Dale vida a tu historia. Activa los sentidos de tu lector y dale detalles específicos.

7

Revisa lo que has escrito y mejora la experiencia de tu lector. Mira con detalle si el relato refleja tu personalidad.

8

Supera la prueba de algodón. Comprueba que tu texto es específico, sin frases abstractas y sin errores gramaticales u ortográficos.

9

Culmina con una llamada a la acción y guía a tu cliente para realizar el siguiente paso.

10

Define los canales a través de los cuáles desarrollarás tu estrategia.

11

2 ¿Por dónde empiezo?

Los pasos para escribir una buena historia

¿Qué pasos debo seguir para escribir una buena historia para mi marca?

Descubre y ten clara la identidad de tu marca:

- Historia
- Competidores
- Filosofía
- Misión
- Meta

1

Define un objetivo y qué quieres transmitir al lector para que te perciba de forma auténtica.

2

Encuentra la idea, es decir, la forma de conseguir tu objetivo, Este será el hilo conductor de tu historia.

3

Básate en la historia real de los personajes y define un protagonista (en este caso, el cliente).

4

La trama. Traza una hoja de ruta con un planteamiento, un nudo y un desenlace para mantener al lector vivo.

5

Dar el primer paso. No hay segundas oportunidades para una primera impresión, llama su atención en los primeros segundos.

6

Dale vida a tu historia. Activa los sentidos de tu lector y dale detalles específicos.

7

Revisa lo que has escrito y mejora la experiencia de tu lector. Mira con detalle si el relato refleja tu personalidad.

8

Supera la prueba de algodón. Comprueba que tu texto es específico, sin frases abstractas y sin errores gramaticales u ortográficos.

9

Culmina con una llamada a la acción y guía a tu cliente para realizar el siguiente paso.

10

Define los canales a través de los cuáles desarrollarás tu estrategia.

11

Analiza y extrae datos relevantes y actualiza tu historia en base a los mismos para ser todavía más real y aportar valor.

12

2 ¿Por dónde empiezo?

¿Cómo sé si mi relato es bueno?

- #1 Cuenta con una **idea potente** que articule tu historia.
- #2 Ten claro el **efecto que quieres generar** en tu cliente. Genera una **conexión emocional**.
- #3 **La historia sorprende y atrae al usuario**. Genera una relación que no es solo comercial.
- #4 El relato **encierra una sola enseñanza**. **Crea impacto y recuerdos** a través de estímulos difíciles de olvidar.
- #5 **Es original, pero a la vez coherente**. Explica **historias reales** que comparten los consumidores.
- #6 Cuenta con una **estructura** en la que la **emoción va in crescendo** y un **clímax** que **desvela el mensaje final (CTA)**.
- #7 El **relato es positivo**. **Evita apelar sentimientos negativos** y se centra en generar ilusión o esperanza.
- #8 **Se centra en las personas y no en la marca o el producto**. Humaniza la marca y pone al usuario en el centro.
- #9 **No vende características, sino emociones**. Promociona la marca de forma **poco intrusiva**.
- #10 **No se trata de convencer, sino de conmover**. Sé natural y cuenta la historia como es, sin adornos.

2 ¿Por dónde empiezo?

Ejemplos reales de storytelling en el marketing

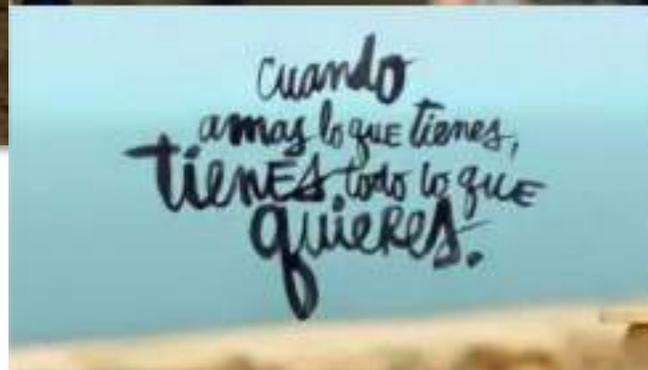
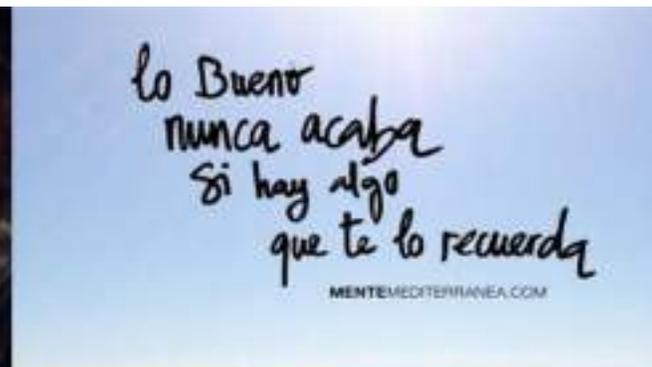


**La Madre
Naturaleza**
quiere un informe
de situación

[Madre naturaleza](#)

2 ¿Por dónde empiezo?

Ejemplos reales de storytelling en el marketing



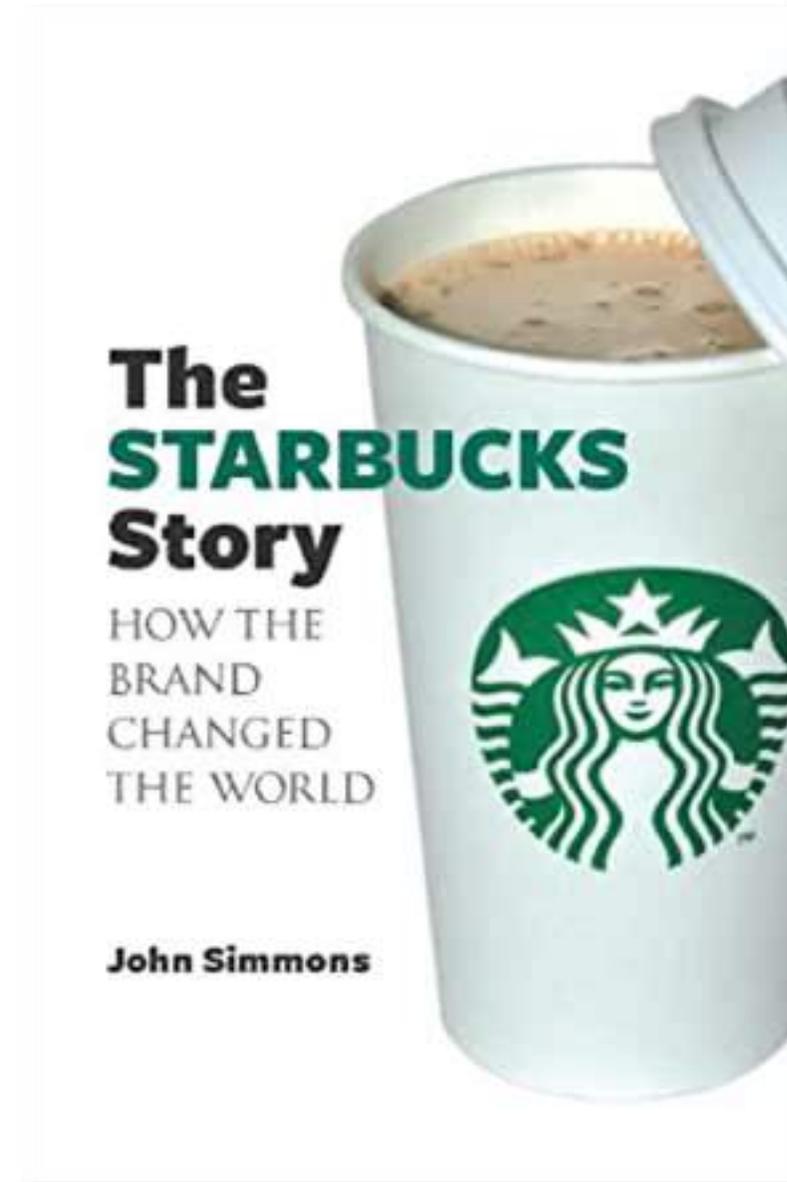
2 ¿Por dónde empiezo?

Ejemplos reales de storytelling en el marketing



2 ¿Por dónde empiezo?

Ejemplos reales de storytelling en el marketing



3

Claves del éxito

-
- Tendencias de storytelling
 - Recomendaciones
-

¿Cuáles son las tendencias?

Del decir al hacer:
storydoing



1

Impulsar las estrategias ESG
(Environmental, Social and Corporate Governance)



2

Crear experiencias alrededor de los productos para hacer real y tangible el discurso



3

Adaptarse al formato vídeo en streaming y ofrecer nuevos espacios adaptados al entorno digital



4

Creatividad y omnicanalidad acorde con el hilo conductor establecido



5

Reforzar los pilares del talento interno a través de la comunicación y el storytelling



6

3 Claves del éxito

Recomendaciones

-  **Pon a tu público primero y a tu producto después**
-  **Nunca es tarde para encontrar tu historia**
-  **Generar contenido de calidad es clave**
-  **Impulsa un storytelling real**
-  **Mantén presencia en redes sociales**
-  **Emociona a tu público**
-  **Crea suspense**
-  **Transmite la marca a través de su impacto positivo en el mundo**
-  **Comunica los atributos de tu marca**

B Sabadell
Hub Empresa

Gracias ;)

#SabadellHubEmpresa

Miguel Román – Consultor Senior en RocaSalvatella