

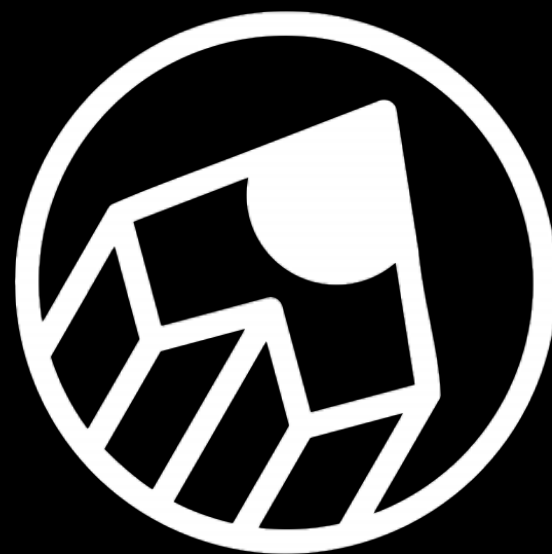


Storytelling:

Historias que convencen.

Rogelio H. Umaña
ASTROLABE

Intro.





1. ¿Por qué
contar historias?



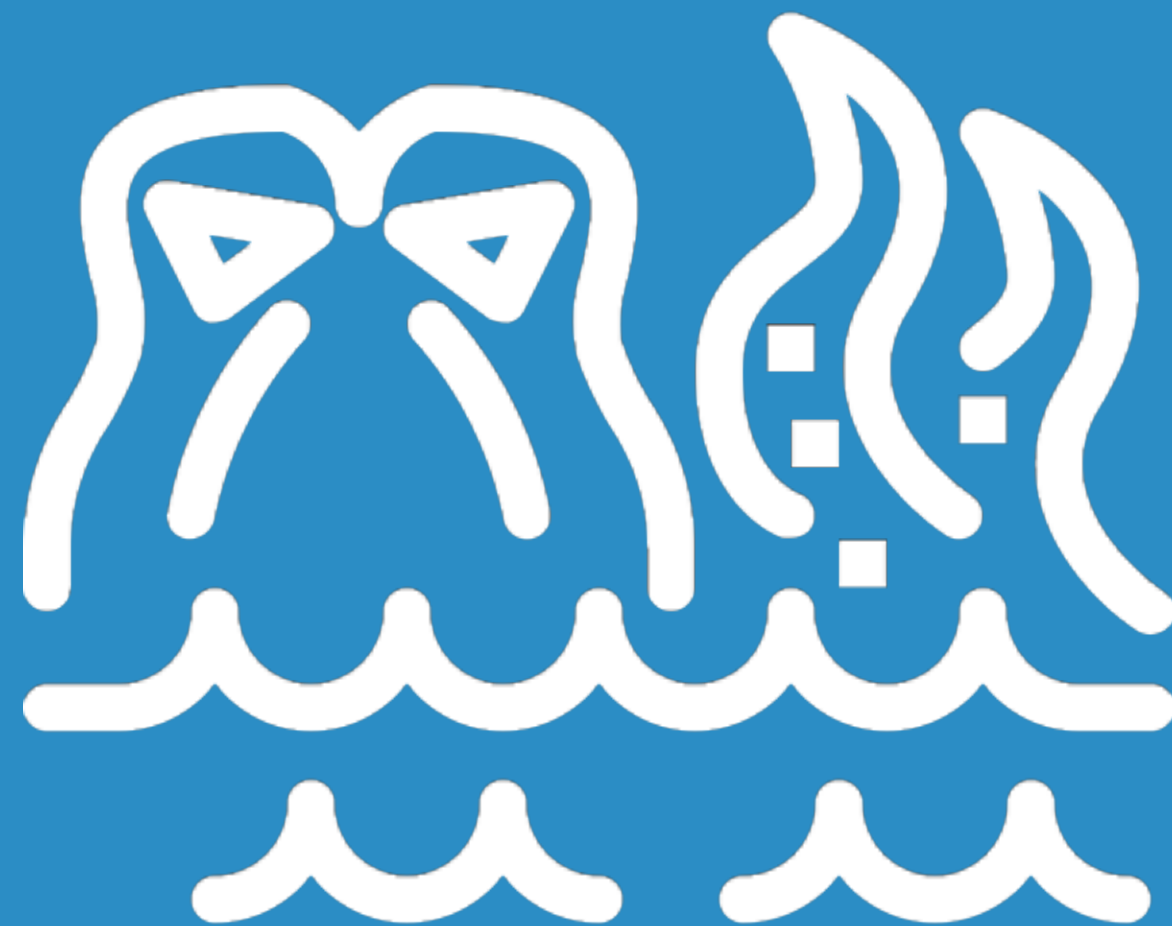
Siempre
hemos
contado
historias.



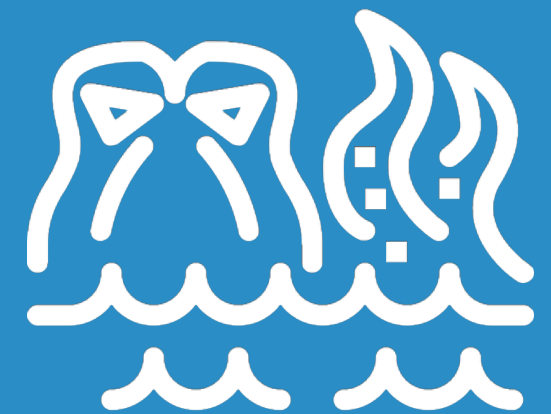
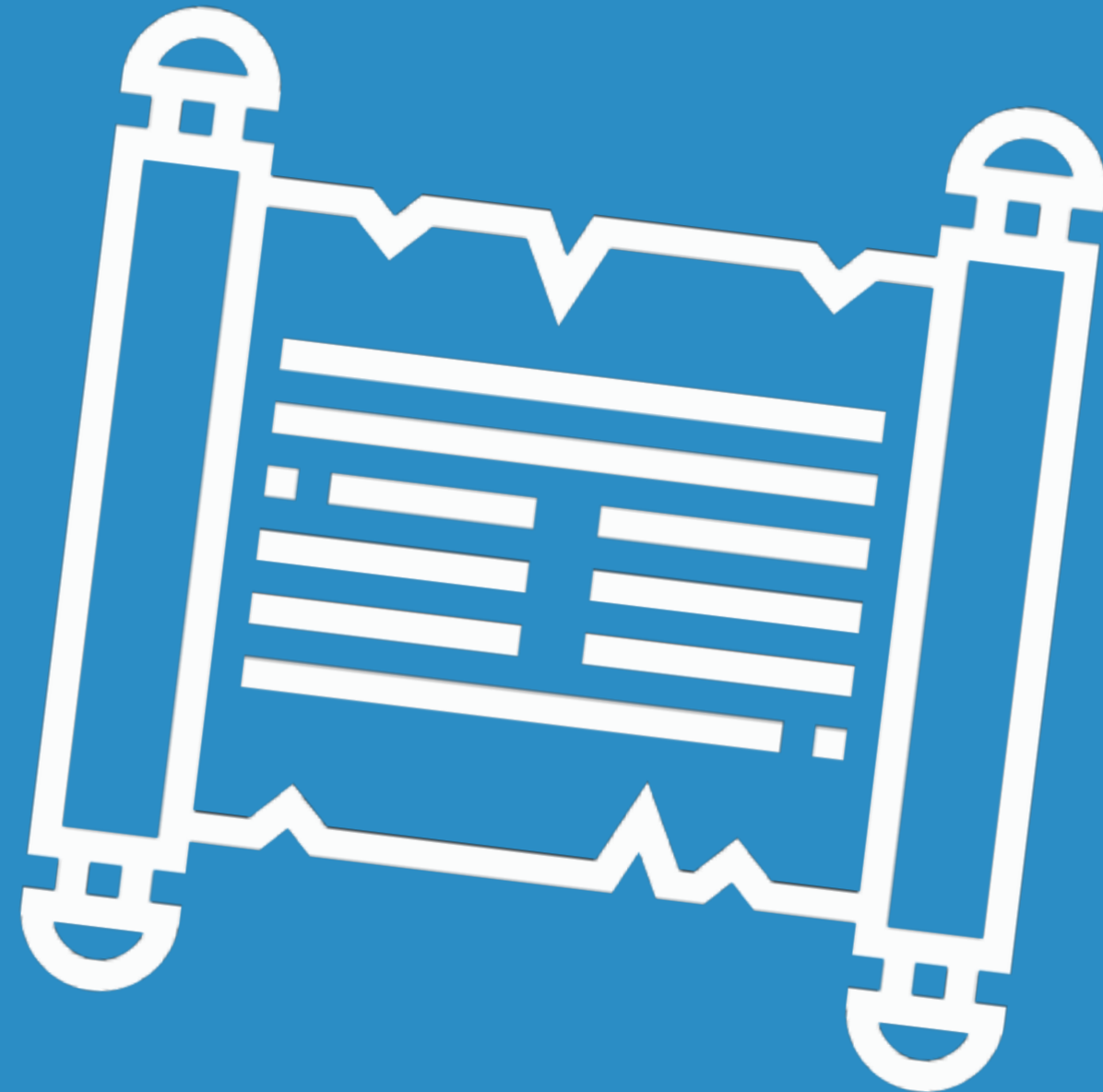
Ha sido
nuestra
forma de
dejar huella.



Una forma de
advertir
de peligros.

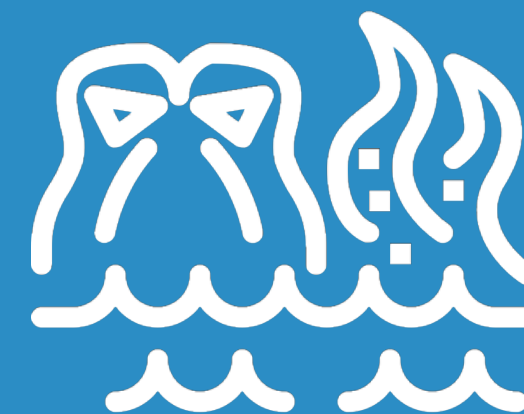


Una manera de
pasarnos ideas.





¡0 venderlas!

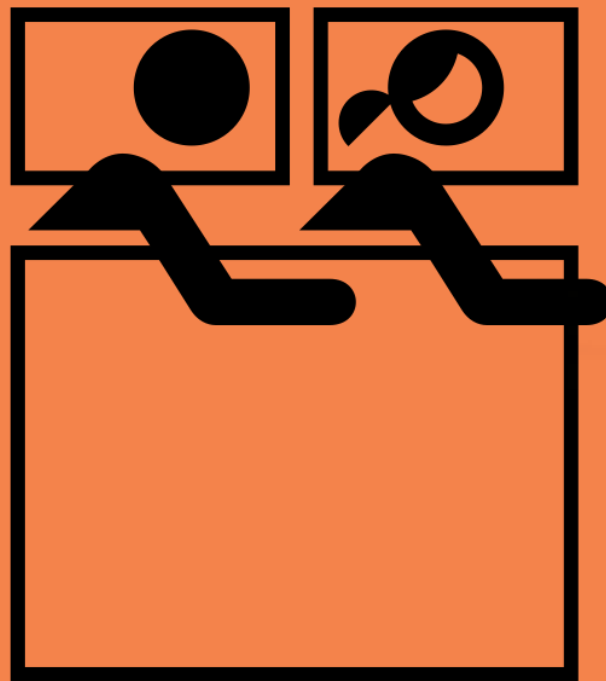


*“Las historias
son la moneda
comunal de la
humanidad” -
Tahir Shah*

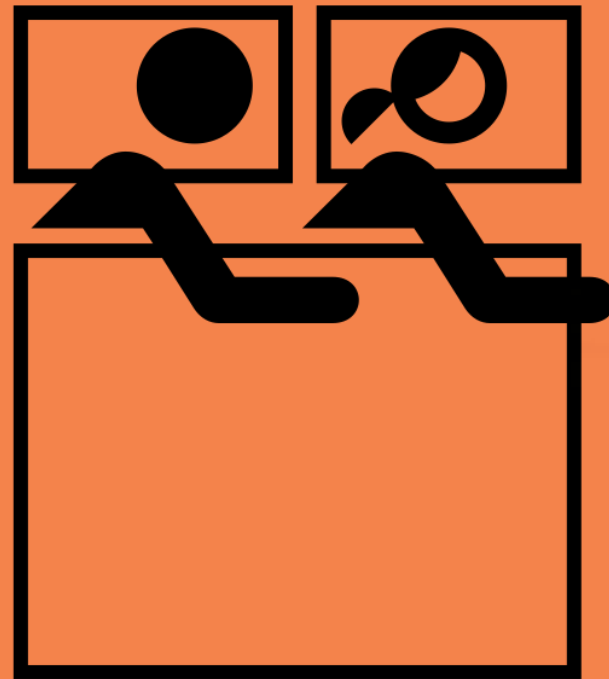


¿Qué tanto está
la historia
engranada en
nuestras vidas?

¿Qué tanto está
la historia
engranada en
nuestras vidas?



¿Qué tanto está
la historia
engranada en
nuestras vidas?



¿Por qué mi
negocio debe
usar historias?



1. Para conectar más allá de la transacción.
2. Para quedarnos en la mente del cliente.



Precio es lo que
pagamos, valor es
lo que obtenemos

- Warren Buffet



2. Encontrando nuestra historia.

HISTORIA:

Una persona tratando de superar un problema.



HISTORIA:

Nuestra forma de diseñar
el futuro y prepararnos
para recibirlo.



HISTORIA:

Simplificar el mundo para lograr entenderlo mejor.





*Cómo crear nuestra
historia empresarial.*



¿Qué pasó/pasará
al final de estas pruebas?

¿Qué pruebas se
nos presentaron?

¿Qué decisión
tomamos/tomaremos?

¿Cuáles son
nuestros sueños?

¿En qué
comenzamos
a trabajar?

¿Cómo terminó
o queremos que
termine la historia?

ANTECEDENTES

ACCIÓN Y
MOVIMIENTO

APRENDIZAJE
Y REFLEXIÓN

RESOLUCIÓN

PROBLEMA
/ SUCESO
/ LOGRO

La montaña.



Aprendizajes y experiencias.

¿Qué pasó/pasará al final de estas pruebas?

¿Qué pruebas se nos presentaron?

Narrativas de superación.

Metas, objetivos y decisiones.

¿Qué decisión tomamos/tomaremos?

¿Cuáles son nuestros sueños?

¿En qué comenzamos a trabajar?

Nuestra historia de origen.

Visión, sueños y futuro.

¿Cómo terminó o queremos que termine la historia?



1. Redáctela
2. Compártala
3. Afínela
4. Vívala



3. Definiendo nuestra narrativa.*

*La forma como contaremos nuestra historia.

'This is the most extraordinary, exhilarating book.' FAY WELDON

THE SEVEN BASIC PLOTS

Why we tell stories



CHRISTOPHER
BOOKER

BLOOMSBURY

Las 7
tramas
básicas.

1:

GANARLE AL MONSTRUO



2:

DE LA
POBREZA
A LA RIQUEZA



3:

LA

BÚSQUEDA



4:

AVENTURA

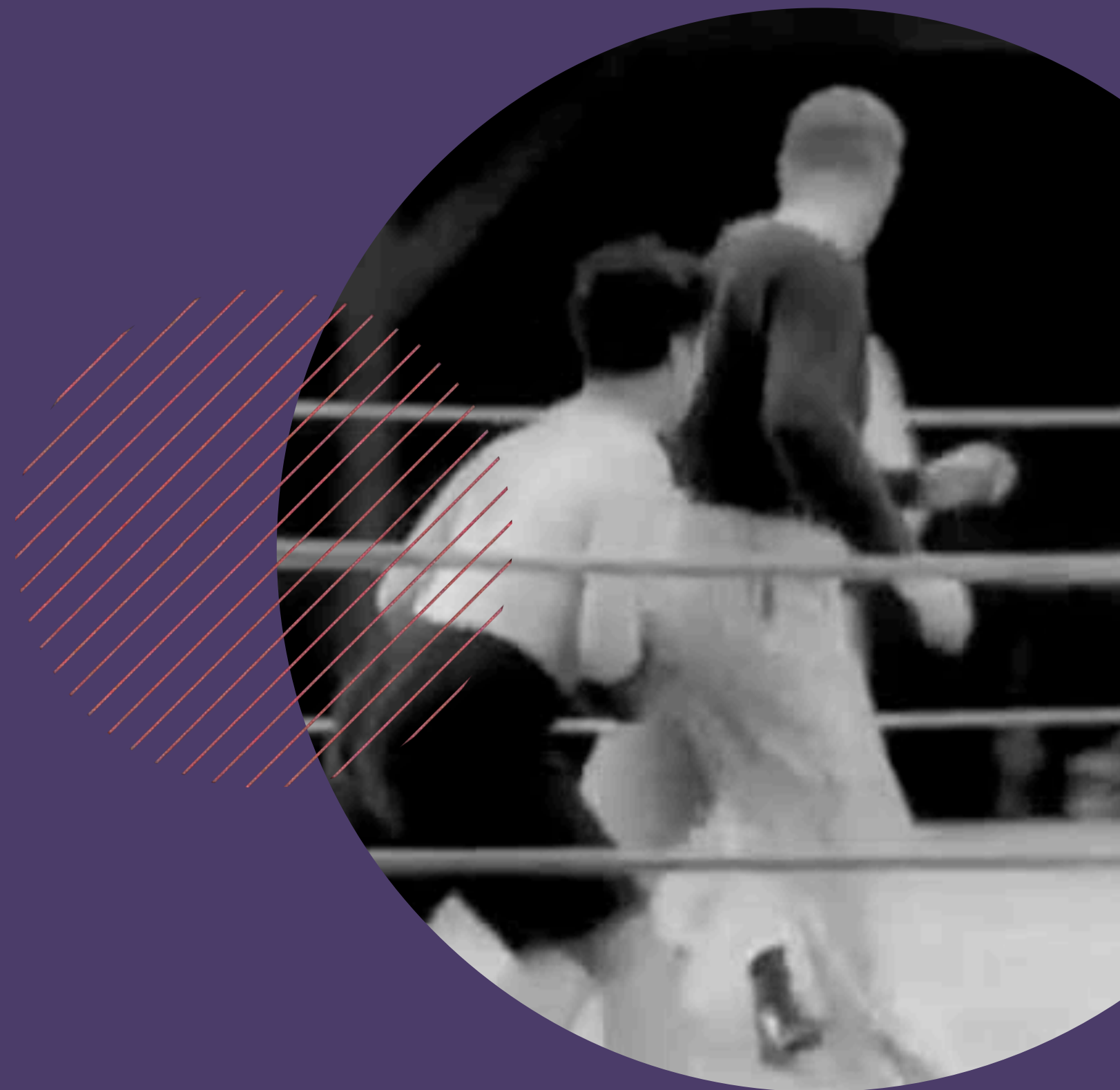
VIAJE Y

REGRESO



5:

COMEDIA



6:

TRAGEDIA



7:

RENACER





Ejercicio:

¿CUÁLES SON LAS
NARRATIVAS DE SU
NEGOCIO?



1. GANARLE AL MONSTRUO
2. DE LA POBREZA A LA RIQUEZA
3. LA BÚSQUEDA
4. AVENTURA VIAJE Y REGRESO
5. COMEDIA
6. TRAGEDIA
7. RENACER



4. Conectando con la historia del cliente.

¿Cuál es el rol de su
empresa en la vida
de su cliente?

La historia de su cliente:



Objeto de Valor:

Conocimiento digital.

Contexto:

Crecimiento tecnológico.

Oponente:

Miedo, no saber comenzar.



Consultor:

Ayudarle a la gente a perder el miedo del mundo digital.

(Narrativa: Ganarle al monstruo)

Entre más definido este su rol en la vida del cliente, más diferenciación tendrá su producto.



5. Gráficas y Simbología.



La marca lo representa.

¿Qué imagen quiere
proyectar?



Definiendo valores:

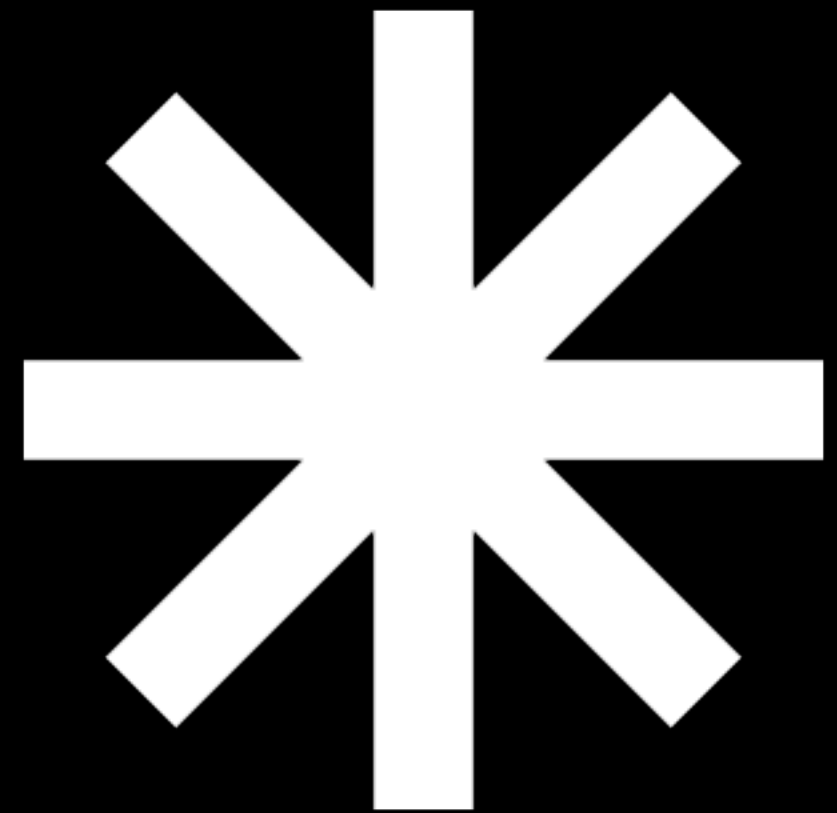
1. ¿Qué es lo que más me apasiona de lo que hago?

2. ¿Qué quiero que sienta/piense mi cliente después de comprarme?

3. ¿A quién admiro? ¿Quién es mi modelo a seguir?



“Las señales y
los símbolos
gobiernan al
mundo” - Confucio





Los símbolos comunican significado.



Simbología básica:

1. Una o dos tipografías.
2. Colores base (De 3 a 4).
3. Figuras representativas de sus valores.
4. Mantener coherencia.

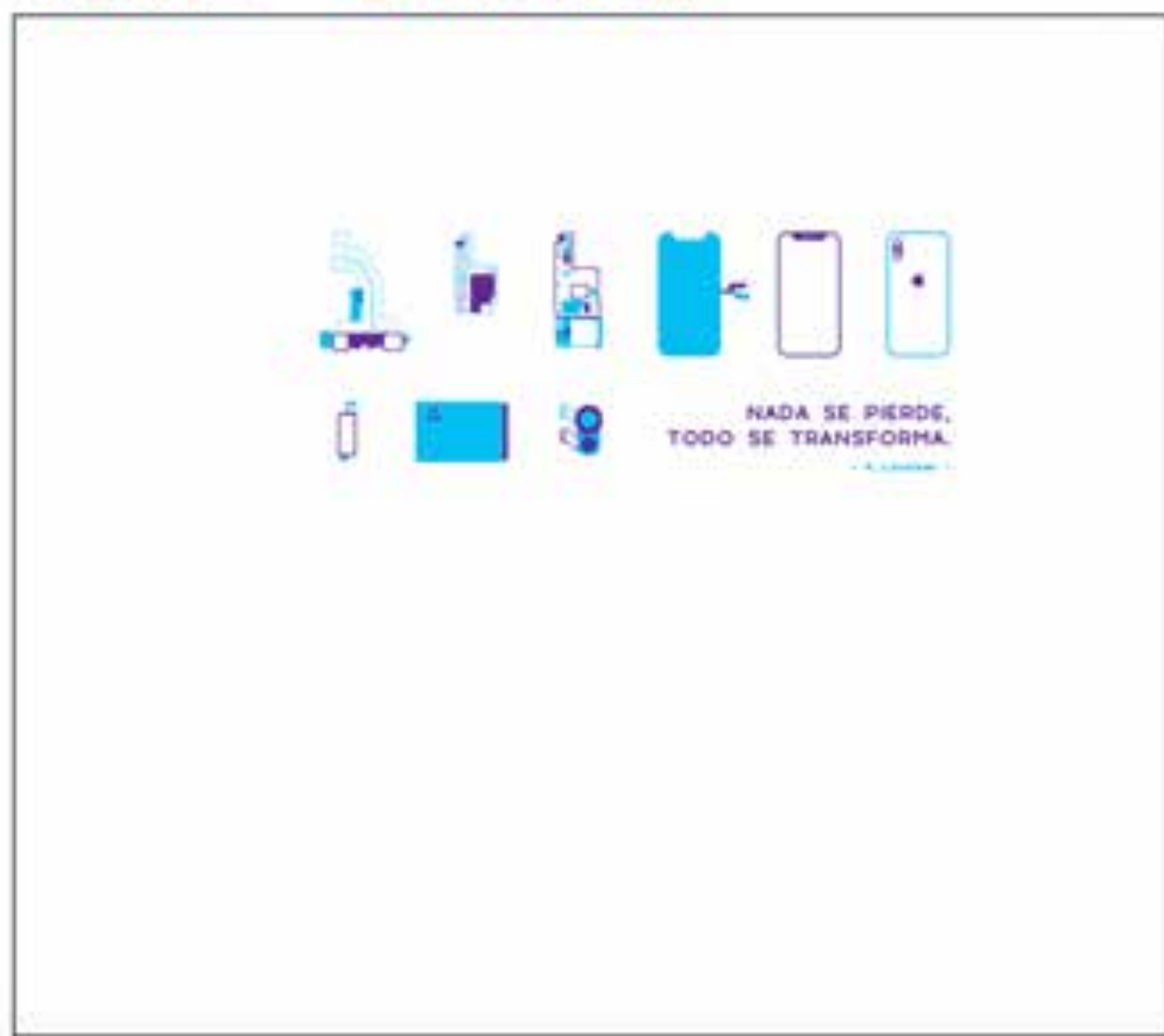


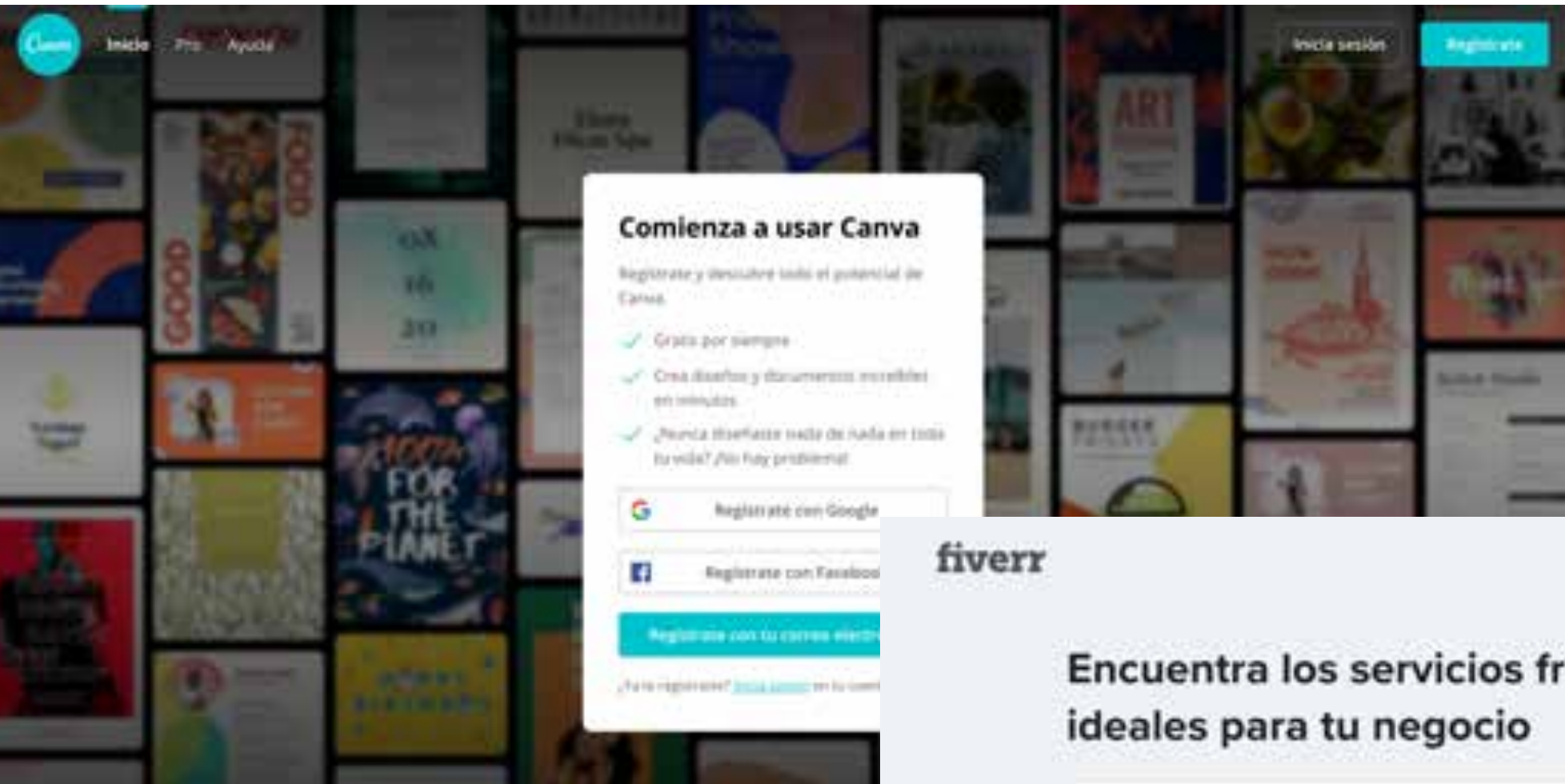
GIZMO

Reparación de Celulares | FB: gizmo.cr | 2234-5957



Pared 1 271x240cm





canva.com

fiverr.com

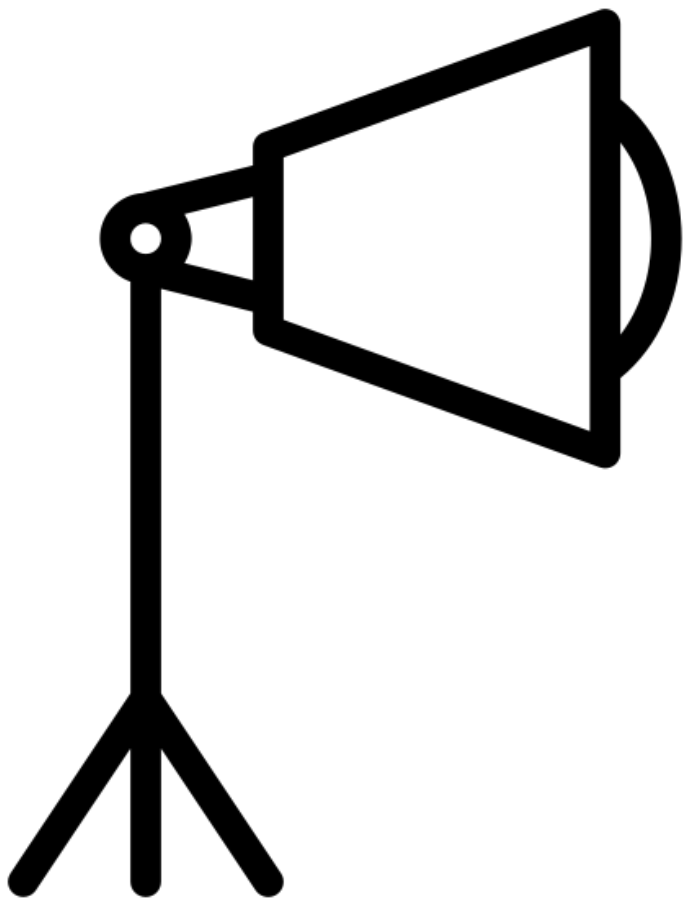




Cómo tomar buenas fotos.

(de forma sencilla)

1. Invierta en un celular con buena cámara.
2. Tome fotos con buena luz.
3. Pruebe distintos ángulos.



Luz opcional
contraste.



Fondo blanco simple.

Suavizador.

Luz natural.



Historia en las fotos:

1. El rostro humano del negocio.
2. Capture lo que hay detrás: *taller, materiales, esfuerzo.*
3. Antes y después.
4. Co creación: Fotos de los clientes.



Para cerrar:
Mensajes claves
que conectan.

(Con ejemplos)

A. No tenga miedo
de sonar personal.



Salt Traders Costa Rica

30 de junio a las 18:41 · 🌐



El flash delivery de hoy estuvo increíble y desde ya estamos anotando y recibiendo pedidos para el flash delivery de este próximo jueves!!!!

Hoy Anduvimos entregando por todo lado. El carro full de pedidos, Amigos viejos, amigos nuevos, una ruta lindísima. Nos llovió pero poquito y no había tanto tráfico en las calles.

Si no les dio chance de pedir para recibir hoy pueden escribirnos y apuntarse para recibir este jueves!!



**B. Sea consistente
compartiendo sus
valores en los
mensajes.**



Rooster Natural Booster

14 de junio a las 19:51 · 🌐



¡El estilo de vida Rooster va más allá de solo la actividad física! 🍌🐔🍷
Podés utilizarlo durante el día para enfocarte, concentrarte y realizar
tus actividades de la mejor manera. ✍️ Como lo hace Gia para llevar su
arte a la piel ❤️ [GiaSolis Tattoo](#)



Paul Homberger y 14 personas más

1 vez compartido

C. *Siga vendiendo,*
pero agregue
contexto e historia
a su producto.

Los Mariscos de la Gata

28 de junio a las 17:44 · 🌐

Los domingos se come rico 😋 Visítanos hoy ❤️
O revisa las promos especiales que tenemos en nuestras plataformas
para llevar 🍴

#seafood #foodporn #togo #SanPedro #Lagata



Domingo, antojo,
aventura, gustito:
Conecta con el
momento del cliente.



Salt Traders Costa Rica

20 h · 🌐

...

Aguacate con sal de chile y limón mandarina! Y nada más!
Qué delicia!!!!

Mañana jueves tenemos Flash delivery y aún nos quedan espacios!!
Si quieren hacer algún pedido o si tienen algunos antojos y quieren recibirlos en la casa nos escriben y nosotros nos encargamos. ...
[Ver más](#)



Antojo, sentido de urgencia, facilidad

D. Encuentre
temas y sistemas.

Jito's BarDogs
18 de junio a las 20:26

Ya notarán por qué el nombre! Jajaj hoy tuvimos el primer corte y tuve que tener mucha paciencia, esta cachorro y todo es juego, la máquina, las tijeras, la secadora con todo jugaba 😂😂

Oreo



Citas
8994-9767

Jito's BarDog

Instagram Facebook **Jito's BarDog**

Jito's BarDogs
3 de junio a las 17:42

El macho de la casa. Conoci a la hermana y es mucho más pequeña, él salió súper grande, se portó a la altura 🐶

Coco



Citas
8994-9767

Jito's BarDog

Instagram Facebook **Jito's BarDog**

Jito's BarDogs
26 de junio a las 08:44

El famoso Rosco

Rosco



Citas
8994-9767

Jito's BarDog

Instagram Facebook **Jito's BarDog**

El objeto de valor
como *historia*.

E. A veces las historia
es sencilla y siempre
presente.



Gizmo

Publicado por Rogelio Umaña [🌐] · 24 de junio a las 14:43 · 🌐

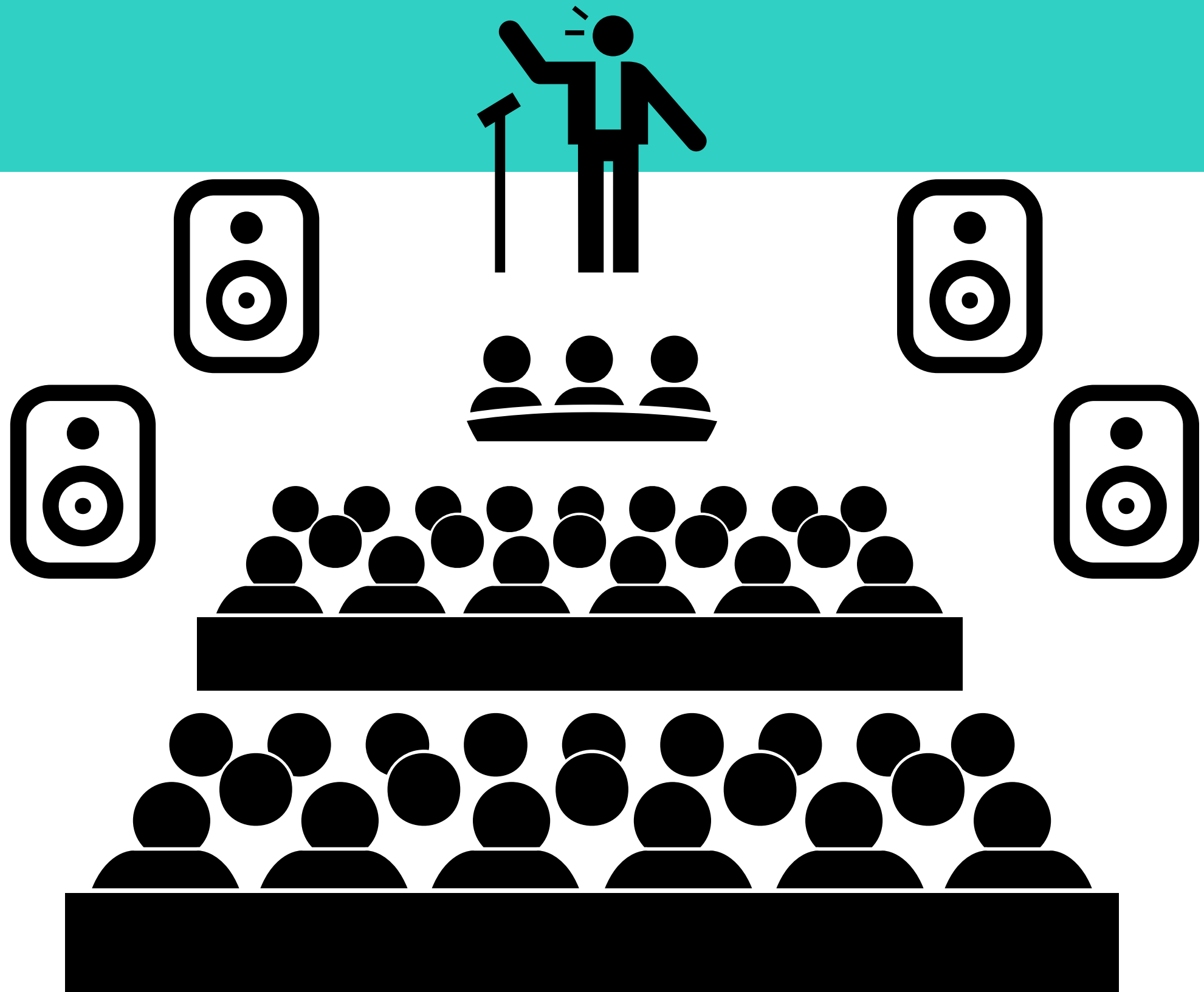
¡Repará tu Apple Watch con nosotros! Tenemos servicio de recolección y entrega a domicilio. Hacé tu cita o pedí más información por INBOX, al WA 8850-5040 o al número 2234-5957.

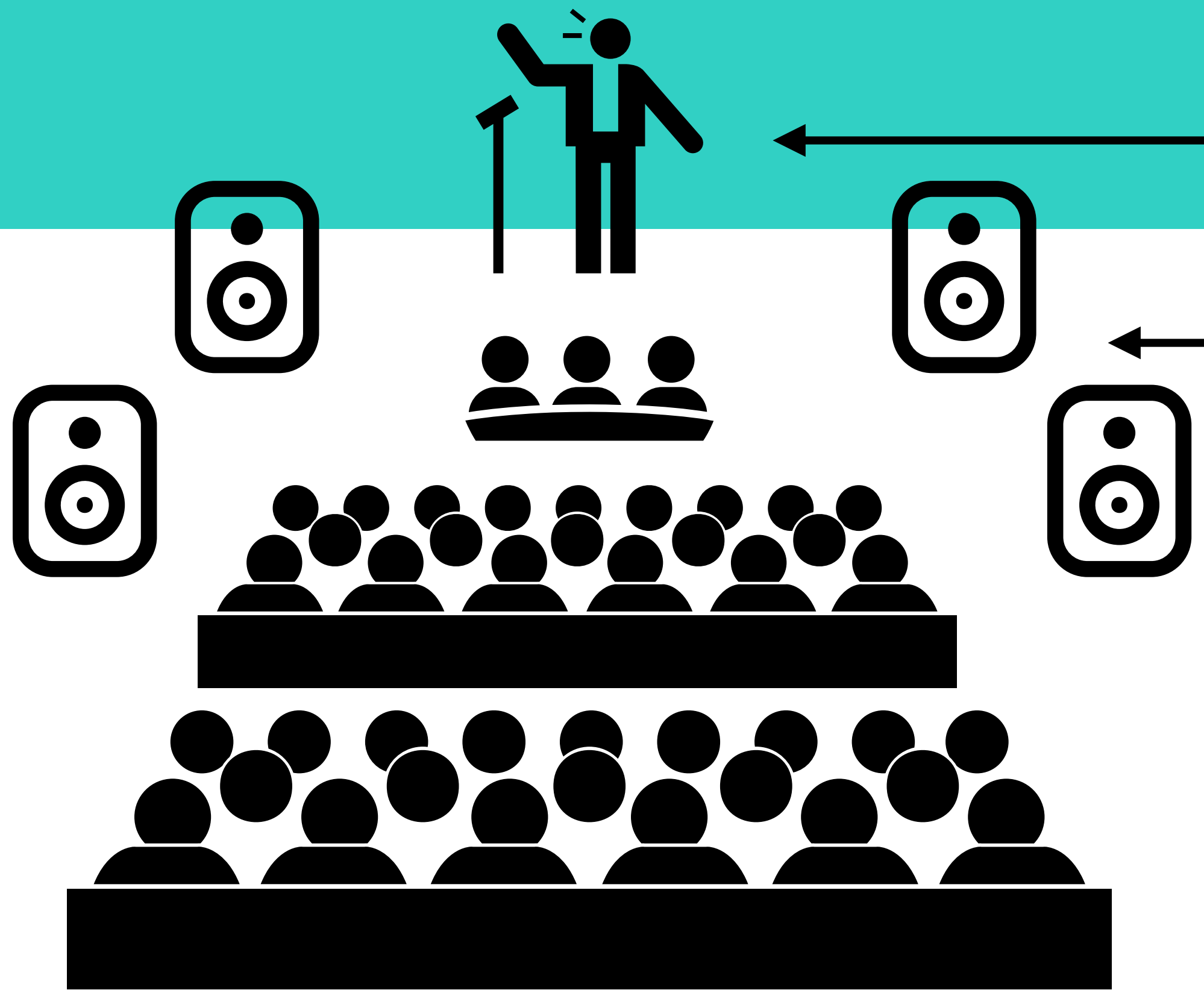


Reparamos la pantalla de tu Apple Watch.

El problema (tragedia) como disparador constante.

F. ¡Piérdale el
miedo a la
amplificación
pagada!





Alcance orgánico

+

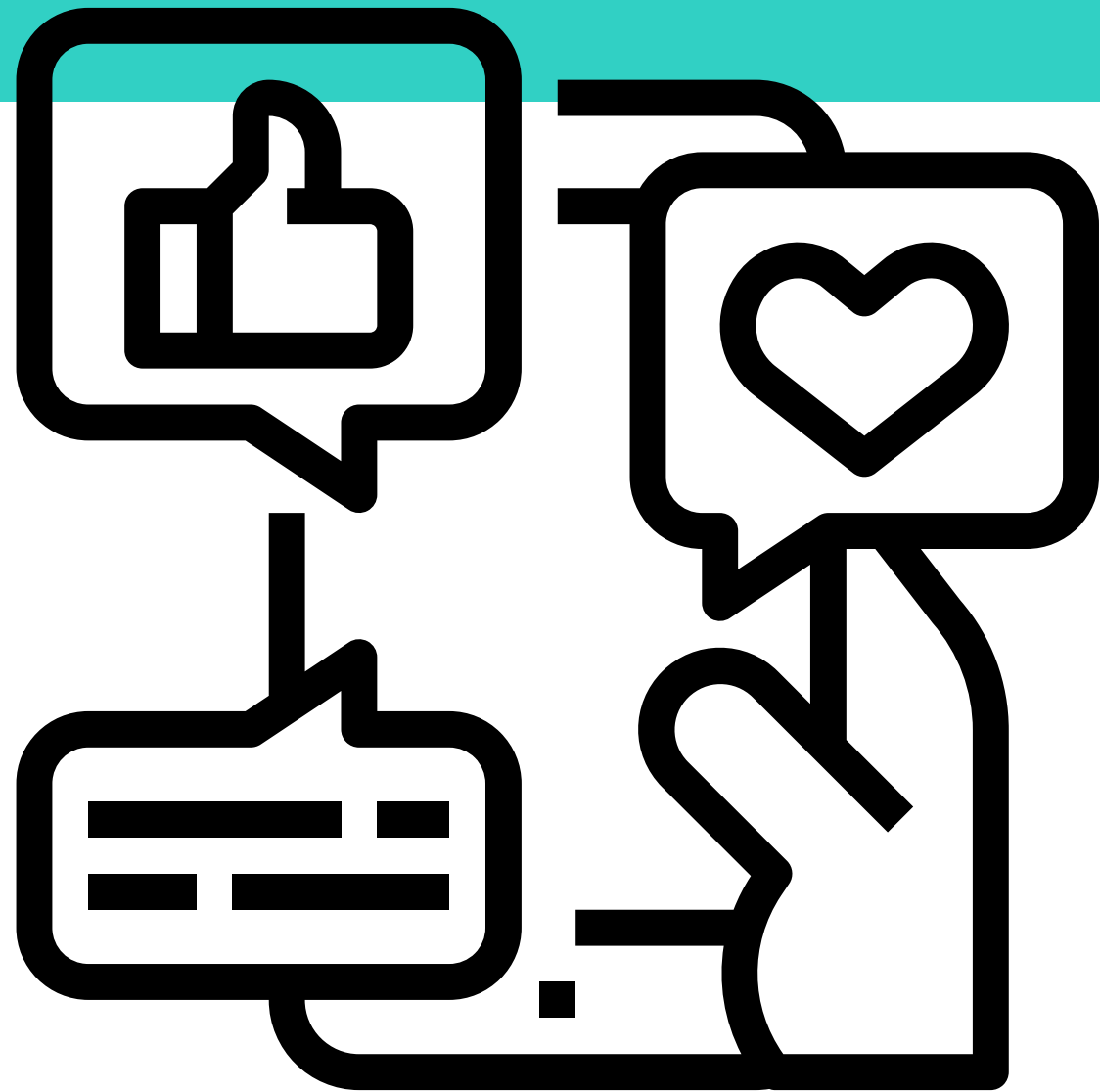
Alcance pagado

+

Atención.*

*La atención depende de factores cualitativos.





Por más alcance que logremos,
la interacción nos dice si a la gente
le interesa el contenido.



G. Pruebe, evalúe,
aprenda. Repita.

*Trabajar con historias no es una “moda”
o un lujo. Es entender la dinámica
humana que nos acompaña día con día.*



**ROGELIO
-UMAÑA-**

gorileo.com

rogelio@gorileo.com