

Storytelling

Guía de seguimiento: Aspectos clave aplicables

ASPECTO TRABAJADO	COMPORTAMIENTO ESPERADO
8 formas distintas de utilizar el <i>Storytelling</i> para aumentar el impacto de nuestras formaciones, y aumentar la probabilidad de que nos digan que sí	<p>En primer lugar, definir cuál es el concepto que queremos vender (más allá de un producto determinado). Por ejemplo, innovación, seguridad...</p> <p>Y después utilizar el <i>Storytelling</i> al inicio de la presentación para influir en el subconsciente de los oyentes, de tal forma que le den más valor y vean como más relevante el concepto que vamos a proponerles.</p> <ol style="list-style-type: none">1. Con una anécdota que refleje la importancia del tema que vamos a tratar2. Con una breve historia real que ejemplifique el concepto que vamos a querer vender3. Regalando un detalle simbólico que nos sirva para “anclar” la percepción de los oyentes, y que ejemplifique la idea que les vamos a proponer4. Presentando a un personaje que sea el arquetipo del usuario de lo que vamos a proponer, y viendo la realidad a través de sus ojos5. Haciendo que vivan un día a día normal de las personas que van a ser impactadas por nuestra propuesta6. Utilizando “los números clave” para que el principio de la consistencia juegue a nuestro favor (recordar las decisiones que ya han tomado, y que van en la misma línea de lo que les vamos a proponer)7. Utilizar una metodología interactiva, como <i>kahoot</i>8. Utilizar un “<i>gallery walk</i>” para exponer a los oyentes a la información clave