

**STORYTELLING**

**PERSUASIVO**

Storytelling

“Somos, como especie, adictos a la historia. Incluso cuando el cuerpo se duerme, la **mente permanece despierta toda la noche**, contándose historias.”

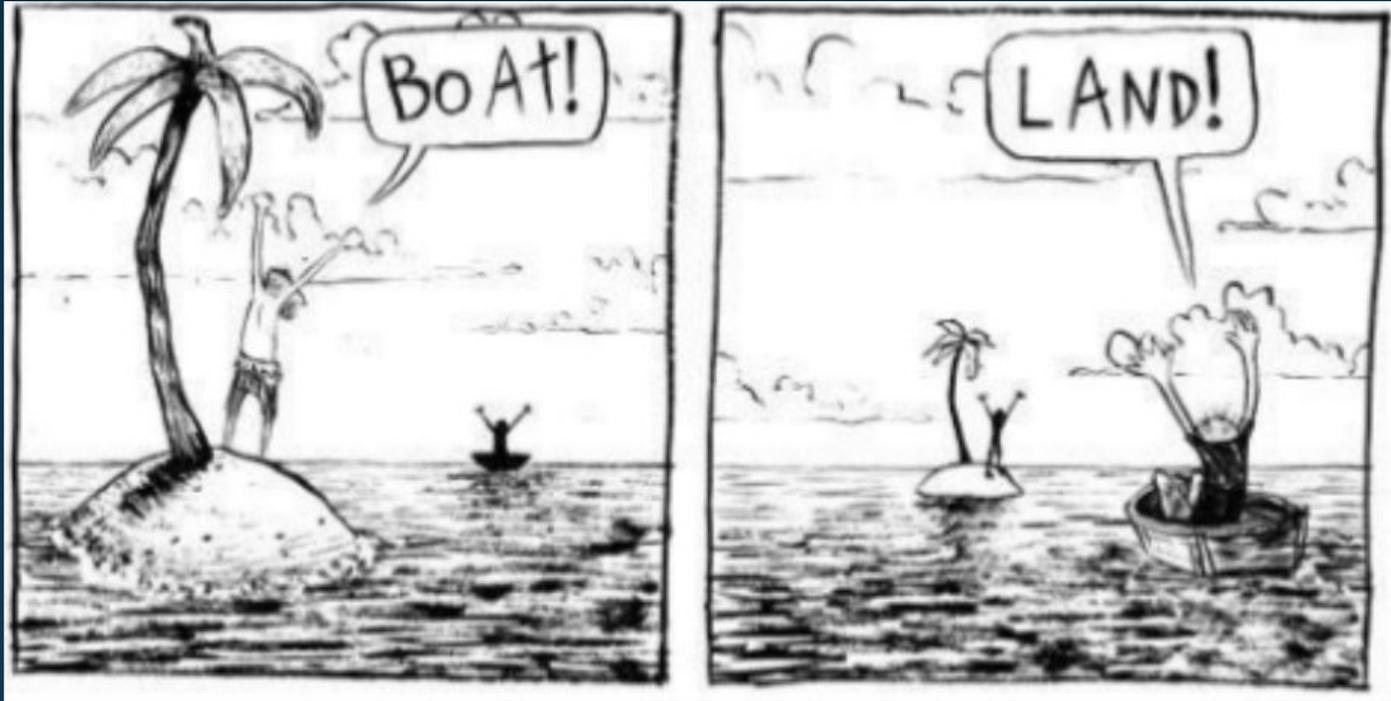
**Jonathan Gottschall**, Autor, *The storytelling animal*



# Storytelling



## Storytelling



**Storytelling**



**airbnb**

2007

2008-2009

2013-Actualidad

“Forget Hotels”

*Sin lujos y  
mensajes  
explicativos*

**NCBA**  
CLUSA

2007

2008-2009

2013-Actualidad

**“Forget Hotels”**

*Sin lujos y  
mensajes  
explicativos*

**“Travel like a human”**

*Dirigido a  
diferenciar la típica  
experiencia en  
hoteles y viajes.*

2007

2008-2009

2013-Actualidad

**“Forget Hotels”**

*Sin lujos y  
mensajes  
explicativos*

**“Travel like a human”**

*Dirigido a  
diferenciar la típica  
experiencia en  
hoteles y viajes.*

**“Belong anywhere”**

*Revitalized storytelling  
angle that moves away  
from hotels, rooms and  
rentals and spotlights  
diversity and inclusion  
philosophy..*

2007

2008-2009

2013-Actualidad

**“Forget Hotels”**

*Sin lujos y mensajes explicativos*

**“Travel like a human”**

*Dirigido a diferenciar la típica experiencia en hoteles y viajes.*

**“Belong anywhere”**

*Revitalized storytelling angle that moves away from hotels, rooms and rentals and spotlights diversity and inclusion philosophy..*

**This storytelling theme has also been woven into the company's mission**

*“Airbnb's mission is to create a world where people can belong when they travel by being connected to local cultures and having unique travel experiences.”*

# EL CEREBRO

## ACOPLAMIENTO NEURAL

Se activan zonas en el cerebro que permiten transformar la historias en ideas y experiencias propias



## ACOPLAMIENTO NEURAL

Se activan zonas en el cerebro que permiten transformar la historias en ideas y experiencias propias



## REFLEJO

Ambos la mente del oyente y hablante activan de forma parecida.

## ACOPLAMIENTO NEURAL

Se activan zonas en el cerebro que permiten transformar la historias en ideas y experiencias propias

## REFLEJO

Ambos la mente del oyente y hablante activan de forma parecida.



## DOPAMINA

El cerebro la libera en el sistema cuando experimenta un evento emocional, haciendo que sea más fácil de recordar la historia.

## ACOPLAMIENTO NEURAL

Se activan zonas en el cerebro que permiten transformar la historias en ideas y experiencias propias



## REFLEJO

Ambos la mente del oyente y hablante activan de forma parecida.

## DOPAMINA

El cerebro la libera en el sistema cuando experimenta un evento emocional, haciendo que sea más fácil de recordar la historia.

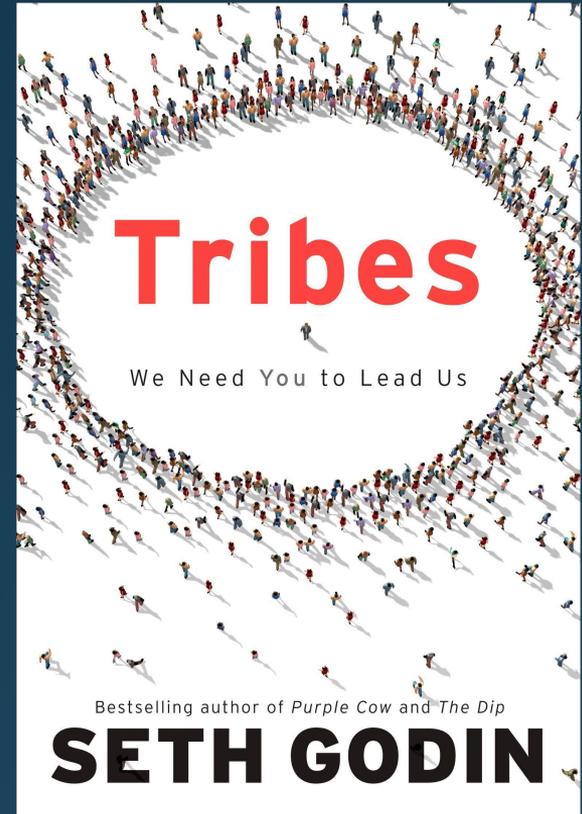
## ACTIVIDAD DE LA CORTEZA

Cuando procesamos hechos, activa áreas específicos del cerebro. Una buena historia puede activar partes adicionales como los sensores.

“La gente no cree lo que les dices  
Raramente creen lo que les muestras  
A menudo creen lo que les dicen sus amigos.  
Siempre creen lo que se dicen así mismos

## Qué hacen los líderes?

**Dan historias a las personas**  
que ellos pueden contar a sí mismo”



**NCBA**  
CLUSA

# STORYTELLING

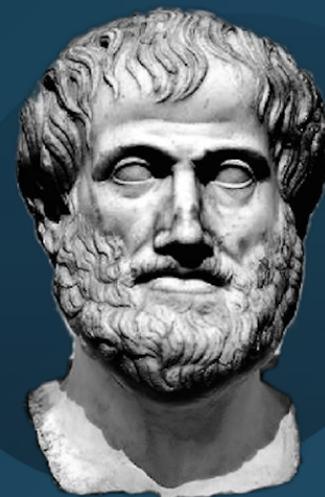


**Hazlo** de forma clara, convincente,  
interesante, útil, apasionada, divertida,  
inteligente, articulada, hermosa, lógica,  
reconocible y magnética.

# PERSUADIR

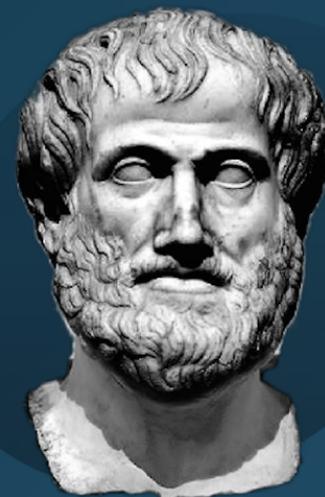


**Aristóteles**, filósofo griego  
(384–322 a. C.)





**Aristóteles**, filósofo griego  
(384–322 a. C.)



## LAS CLAVES DE LA PERSUASIÓN

**Ethos** / Credibilidad

¿Confía en mí?



Resaltando **experiencia**, testimoniales, marca

Somos MÁS de  
**100MIL**  
NEGOCIOS



Aceptamos TODAS las tarjetas

vende  
más

**Pathos / Emoción**  
¿Cómo se siente?



Me gusta



Me encanta



Me divierte



Me alegra



Me asombra

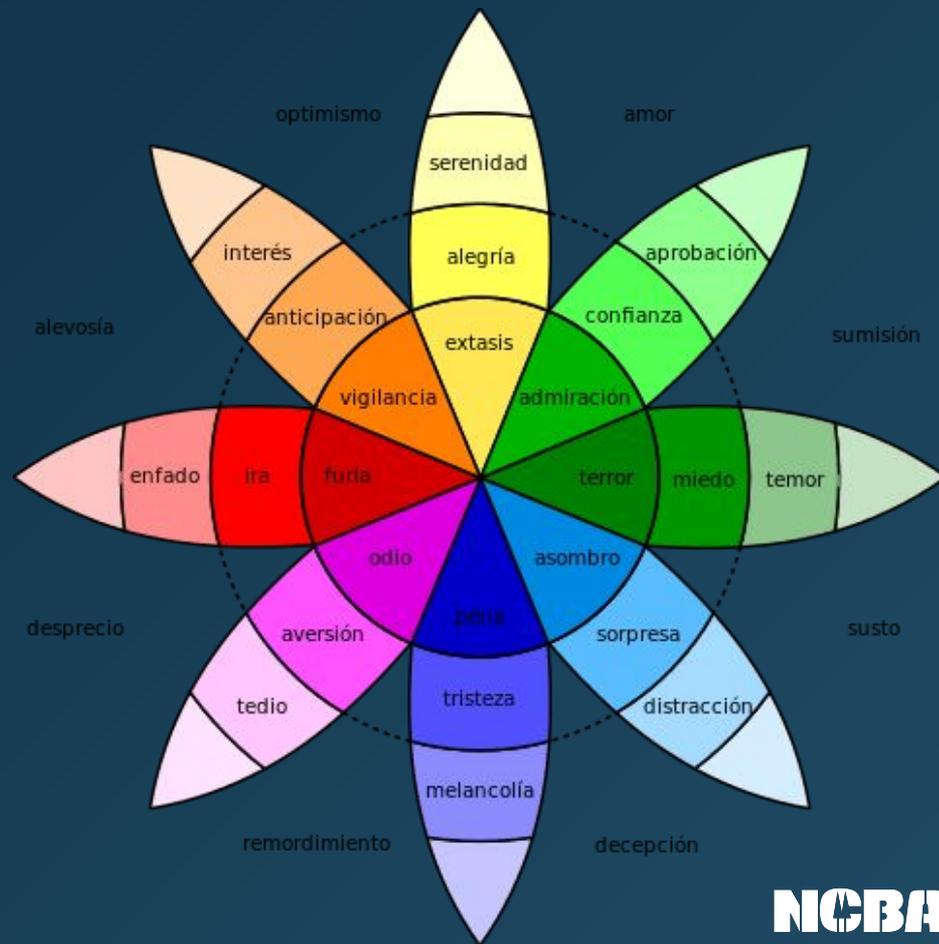


Me entristece



Me enfada

Contando historia, **generando sonrisas**, emoción





¡No te  
quedes  
atrás!

**VISA** | vende más

**VISA** | **ACCIONARIO** | **ENFERMEDADES** | **oh!** | **CMR** | **JCB** | **bonus** | **sodexo** | **DISCOVER** | **mastercard** | **moneda** | **Soynto** | **play**

**NCBA**  
CLUSA

**Logos** / Razón

¿Tiene sentido?

Estadística, hechos, argumentos lógicos





“ Gracias al  
CÓDIGO QR  
cobro fácil y  
¡AL INSTANTE!”

vende  
más



Aceptamos TODAS las tarjetas

“ Como freelancer,  
puedo llevar mi  
Poket portable  
a todas partes”

Vicente Vargas

vende  
más

VISA



NCBA  
CLUSA

# CONTANDO TU HISTORIA



# NUEVA PLATAFORMA DE FINANCIAMIENTO DIGITAL

ENCUENTRA INVERSIONES A TU MEDIDA Y COLOCA TU CAPITAL DE MANERA SIMPLE Y SEGURA



# FINANCIANDO EMPRESAS CONTIGO

ENCUENTRA INVERSIONES A TU MEDIDA Y COLOCA TU CAPITAL DE MANERA SIMPLE Y SEGURA

- **Financiando empresas contigo**
  - Empresas necesitan efectivo
    - El banco cuesta
    - Y solo el banco gana
  - Invierte en empresas establecidas
- **Compartimos la ganancia**

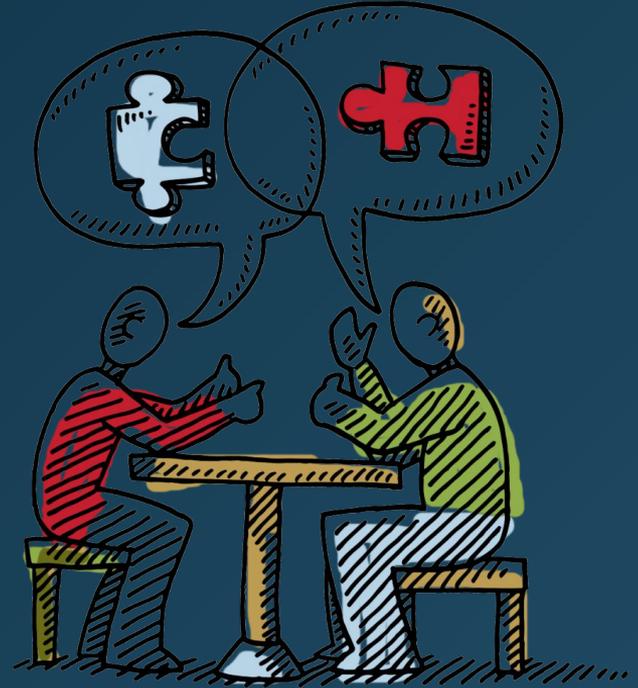
# SPEECH DE VENTA

“Locura es **hacer siempre lo mismo** y esperar  
**resultados diferentes**”

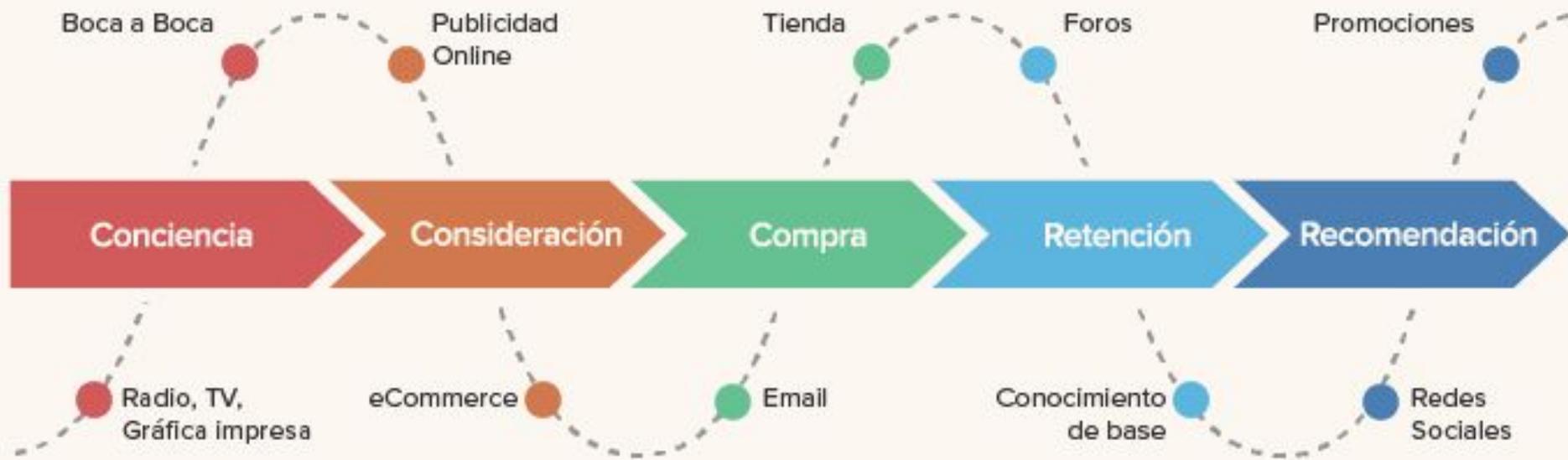
**Albert Einstein**, científico

## PRACTICA LA VENTA

- Cómo presentas el producto
- **Probar diferente historias**
- Trackear que funciona
- Escucha y adapta

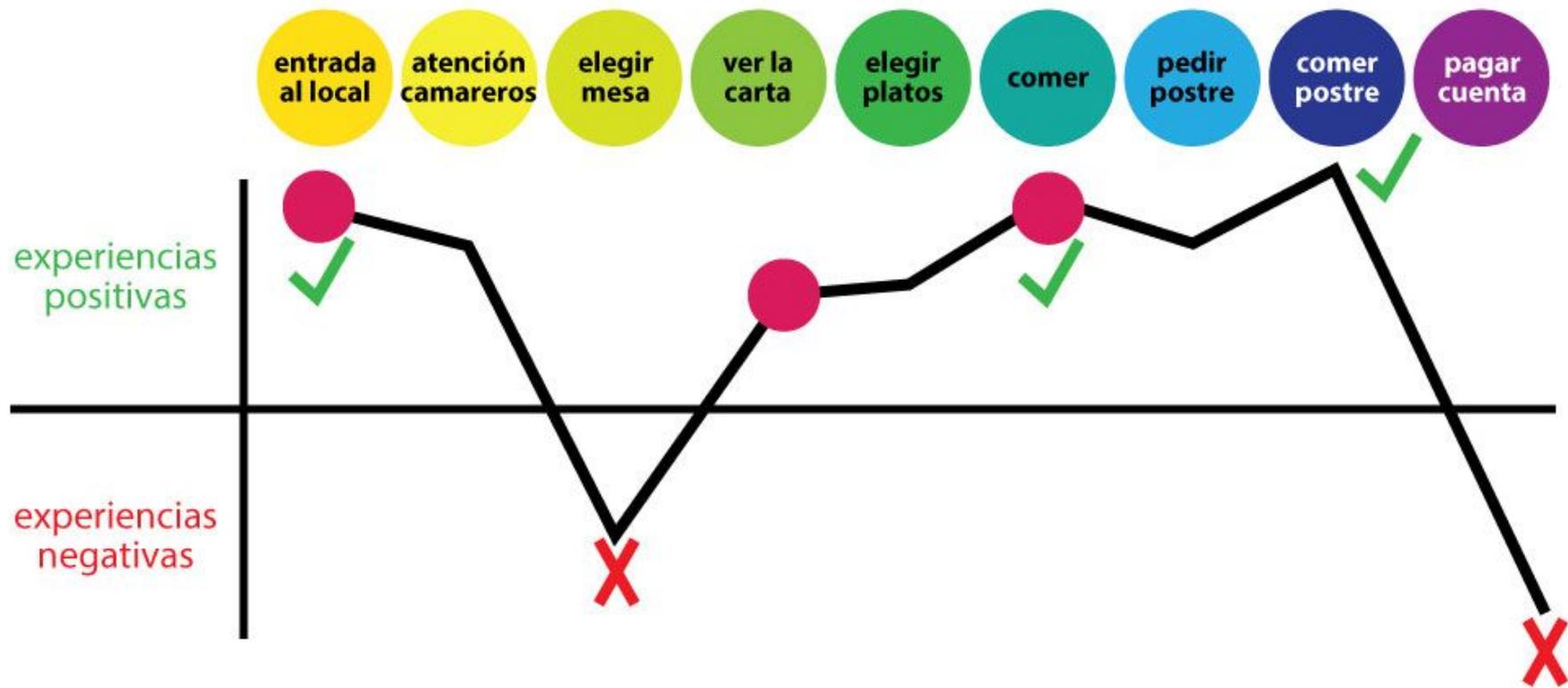


# VIAJE DEL CONSUMIDOR



# CUSTOMER JOURNEY MAP

Ejemplo: RESTAURANTE



## Storytelling en resumen

- Info relevante con un nerativo
- Lo que te motiva
- Porque haces lo que haces
- Sobre tu cliente
- Emocional
- Inicio, crisis, resolucion
- Interacción entre tu cliente y tu marca

**PRACTICA LA VENTA**

“Las buenas historias **nos sorprenden. Nos hacen pensar y sentir.** Se quedan en nuestras mentes y nos ayudan a recordar ideas y conceptos de una manera que un PowerPoint repleto de gráficos nunca puede.”

**Joe Lazauskas y Shane Snow**, Autor, The Storytelling Edge

