

Lección 7:

STORYTELLING



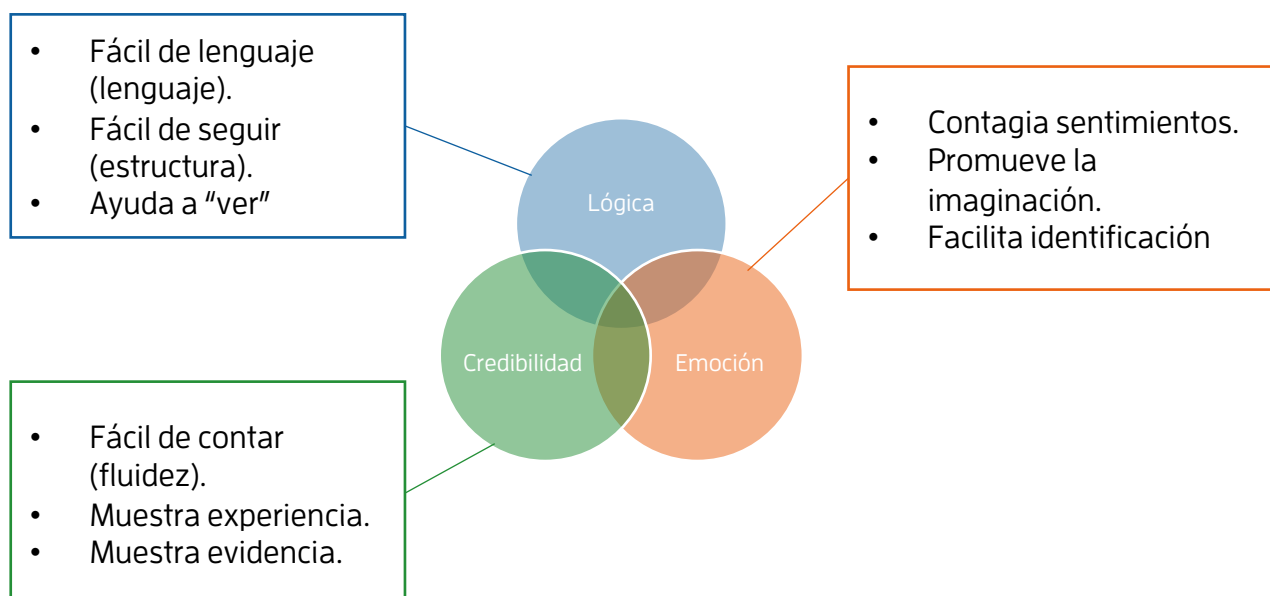


“La manera más poderosa de persuadir a las personas es contar historias”.

Tres grandes ventajas de contar historias:

VENTAJA	EXPLICACIÓN
Empatía	Ayudan a los demás a entender y encontrar sentido a aquello que presentas, a través de un lenguaje cercano, simple y gráfico.
Emoción	Despiertan emociones consiguiendo que quien escucha visualice a su manera lo que le cuentas. Al hacerlo, lleva la información a su mundo y esto le ayuda a identificarse con esta.
Enganche	Entretienen y mantienen la atención a través de la tensión y un proceso de superación de obstáculos.

Las historias aportan lógica al discurso, credibilidad al ponente y conexión emocional con el público.



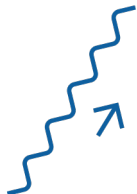


Estructura de una gran historia y su aplicación para el caso de éxito

Básica	Persuasiva	Historia
Introducción	Problema Objetivo	Situación Conflicto
Cuerpo	Solución (Beneficio)	Escalada Resolución
Cierre	Resumen Acción	Cambio Moraleja

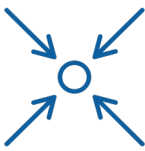
SECCIÓN	EXPLICACIÓN
1) Situación 	La historia comienza con el héroe viviendo su vida con normalidad. <i>Pepe es cliente nuestro y es propietario de una empresa mediana de tu mismo sector. Un tipo muy emprendedor, siempre ha buscado aprovechar todas las oportunidades que se le presentaban.</i>
2) Conflicto 	La historia se vuelve interesante y valiosa gracias al conflicto o problema que se le presenta al héroe. <i>En diciembre del año pasado nos llamó pidiendo ayuda. Dos meses antes hizo un negocio que le salió mal y se había metido en un lío.</i>



SECCIÓN	EXPLICACIÓN
3) Escalada 	Para generar mayor interés, el conflicto tiene que aumentar en tensión de manera que se entienda la dificultad por la que está pasando el héroe y nos identifiquemos con su dolor. <i>Estaba desesperado porque las cosas le estaban yendo tan mal que no tenía ni para la paga extra de los empleados. No sabía qué hacer pero tenía claro que resolvía la situación o se declaraba en quiebra.</i>
4) Resolución 	En el proceso de la escalada, el héroe encuentra el camino para resolver el conflicto y salvar la situación, gracias a la ayuda del guía. <i>Como no tenían liquidez hubo que despedir temporalmente a los empleados, pero tranquilizándolos con la promesa de volverlos a contratar en menos de tres meses, una vez se regularizara la situación.</i>
5) Cambio 	El héroe ha resuelto el problema, ha aprendido algo valioso en el proceso y vuelve a la normalidad cambiado. <i>Seis meses después, esta empresa ya era rentable de nuevo, la plantilla superior a los niveles previos a esta crisis y, sobre todo, se dieron cuenta de la importancia de trabajar con una estrategia sólida para tomar decisiones acertadas.</i>
6) Moraleja 	Es el aprendizaje del héroe tras haber llegado a la nueva situación, donde es posible imaginar lo que habría ocurrido si no hubiera seguido el plan. <i>Trabajemos juntos en desarrollar una estrategia sólida para tu empresa, consiguiendo los mismos resultados que consiguió Pepe.</i>



Tres claves para contar historias y enganchar a las personas

CLAVE	EXPLICACIÓN	EJEMPLO
 Revive	No cuentes la historia simplemente narrando los acontecimientos. Revive la historia. Métete en ella, mostrando lo que sentías (o sentía el héroe) a medida que pasaba el tiempo y, sobre todo, haciendo énfasis en la tensión generada por el conflicto y la escalada.	Es muy distinto decir: el negocio de Pepe no iba bien, decidió contactarnos, analizamos la situación, le propusimos cambios estratégicos y hoy todo va bien, que decir <i>"En diciembre del año pasado nos llamó pidiendo ayuda. Dos meses antes hizo un negocio que le salió mal y se había metido en un lío. Estaba desesperado porque las cosas le estaban yendo tan mal que no tenía ni para la paga extra de los empleados."</i>
 Enfoca	Cuidado con cómo hablas de ti dentro de tus historias. Quieres asegurarte de que las personas se puedan identificar contigo. Al contar un caso de éxito en el que has ayudado a otra persona, no te posiciones como salvador sino como guía.	Historia de superación: En lugar de decir "fue un momento duro, pero como siempre tengo recursos para todo, pude salir adelante", será mejor que digas "fue un momento duro; por suerte, la vida a veces te pone ángeles y mi ángel fue dar con un libro que me ayudó a encontrar la respuesta". Caso de éxito: En lugar de decir "fue un momento duro para Pepe, pero como tengo la solución para todos los problemas de mis clientes, le ayudé a salir adelante", será mejor que digas "fue un momento duro para Pepe, pero a pesar de ello, solo necesitaba un empujón; habiendo trabajado con personas como él en el pasado, bastó con explicarle lo que tenía que hacer; se puso manos a la obra rápido y en muy poco tiempo salió adelante".



CLAVE	EXPLICACIÓN	EJEMPLO
 Describe	Usa un lenguaje rico y descriptivo que ayude a tu público a visualizar cada escena para conectar con la historia fácilmente. Para ello usa diálogo cuando interactúen los personajes y usa lenguaje sensorial para describir lo que se ve, se escucha y se siente.	Diálogo: No es lo mismo decir: Pepe me dijo que estaba desesperado y que no sabía qué hacer... Que decir: Pepe me dijo, <i>"estoy desesperado, no sé qué hacer"</i>... Lenguaje sensorial: <i>"Lo veía todo muy negro. Sentía un gran vacío dentro y no paraba de escuchar la voz de su madre que le repetía "te lo dije, no estás hecho para ser empresario".</i>



Estación de trabajo 7: STORYTELLING

Pista: Ordena los bloques

A continuación encontrarás un caso de éxito contado de manera desordenada. Ordena los bloques de acuerdo con la estructura para contar grandes historias que aprendiste en esta lección. Encontrarás la solución al final de la estación.

ORDEN	SECCIÓN
	Ante tal nivel de indignación, se dio cuenta de que tenía que actuar si quería conseguir un cambio en su situación y poder dedicarse en cuerpo y alma a su propósito. Gracias a su determinación y a aprender a usar un método efectivo, lo consiguió.
	Por esta razón, te aseguro que, desarrollar tus habilidades de comunicación es una inversión muy rentable.
	Pero había un problema. David es también una persona altamente sensible a quien le daba miedo, no solo hablar en público, sino también salir en cámara. Esta situación le producía mucha frustración, porque sabía que tenía que lanzarse, pero no se atrevía.
	En el año 2016 contactó conmigo David, coach especializado en personas altamente sensibles. Habiendo lanzado su práctica de coaching pocos meses antes, sabía que tenía que ganar exposición para atraer nuevos clientes.
	Hoy, David tiene un negocio exitoso con la agenda llena de sesiones con clientes dispuestos a pagar por sus servicios. Gracias a haber descubierto cómo sacar a la luz su carisma natural y mostrar su personalidad auténtica a través del vídeo online, su efectividad al vender pasó de un 20% a un 90%.
	La gota que colmó el vaso llegó cuando lo invitaron a hablar sobre su profesión en la clase de su hijo, ante todos los alumnos, pero no se atrevió.



Herramienta: Reflexiona y hazlo tuyo

¿En el camino hacia cumplir tu misión, de qué manera crees que impactaría contar un caso de éxito poderoso en formato de historia?	
Resume en una frase lo aprendido en esta lección.	
¿Qué acción vas a tomar ya mismo en tu día a día tras haber incorporado este nuevo conocimiento?	



Avanza en tu misión

Piensa en el contexto de la reunión y en tus reflexiones sobre cómo aportar valor (de la Estación 5) e identifica un ejemplo relevante donde aportaste valor o caso de éxito tras haber ayudado a alguien, que puedas usar para reforzar tu mensaje. Una vez identificado, desarrolla cada una de las secciones para entenderlo en profundidad. Finalmente, incorpora en tu conversación aquellas secciones que mayor valor aporten.

SECCIÓN	DESARROLLO
1) Situación	
2) Conflicto	
3) Escalada	
4) Resolución	
5) Cambio	
6) Moraleja	

Nota: Al contar tu caso de éxito en formato de historia, recuerda revivirlo, contarlo de manera descriptiva y cuidar de no sonar arrogante.



ORDEN	SECCIÓN
1	Situación: En el año 2016 contactó conmigo David, coach especializado en personas altamente sensibles. Habiendo lanzado su práctica de coaching pocos meses antes, sabía que tenía que ganar exposición para atraer nuevos clientes.
2	Conflicto: Pero había un problema. David es también una persona altamente sensible a quien le daba miedo, no solo hablar en público, sino también salir en cámara. Esta situación le producía mucha frustración, porque sabía que tenía que lanzarse, pero no se atrevía.
3	Escalada: La gota que colmó el vaso llegó cuando lo invitaron a hablar sobre su profesión en la clase de su hijo, ante todos los alumnos, pero no se atrevió.
4	Resolución: Ante tal nivel de indignación, se dio cuenta de que tenía que actuar si quería conseguir un cambio en su situación y poder dedicarse en cuerpo y alma a su propósito. Gracias a su determinación y a aprender a usar un método efectivo, lo consiguió.
5	Cambio: Hoy, David tiene un negocio exitoso con la agenda llena de sesiones con clientes dispuestos a pagar por sus servicios. Gracias a haber descubierto cómo sacar a la luz su carisma natural y mostrar su personalidad auténtica a través del vídeo online, su efectividad al vender pasó de un 20% a un 90%.
6	Moraleja: Por esta razón, te aseguro que, desarrollar tus habilidades de comunicación es una inversión muy rentable.