



cohn&wolfe

Storytelling, el arte de
contar historias



En los últimos años se han multiplicado los canales y plataformas de comunicación y el consumidor está sometido a un estímulo constante y excesivo de información



El nuevo reto de los comunicadores consiste en captar su atención y aportar un valor diferenciador y experiencial que logre una conexión

Creamos contenidos que influyen en el consumidor, le enganchan y le inspiran confianza y fidelidad

¿Qué es el storytelling?

La capacidad de crear historias es el terreno natural de las Relaciones Públicas. Siempre hemos generado contenidos y estrategias para las marcas, buscando el gancho informativo o el ángulo de interés para nuestras audiencias

Nuestro trabajo como *storytellers* consiste en ayudar a una mejor comprensión del mensaje. Para ello debemos conocer a nuestro público y sus necesidades y, en función de esto, generar historias atractivas y adaptadas a cada *stakeholder*



¿Por qué nos gustan las historias?

- Tenemos curiosidad por conocer historias, saber qué hay detrás de una persona o de un empresa
- Las historias son una forma sencilla de introducir ideas y datos
- Nuestro cerebro está programado para disfrutar de un relato porque entretiene, divierte, influye directamente en las emociones y permite identificarnos con él
- Cualquier mensaje contado a modo de historia es más fácil de recordar



¿Por qué son importantes las historias para las marcas?

PORQUE CREAN UN VÍNCULO EMOCIONAL Y EMPATIZAN CON EL CONSUMIDOR

Es importante establecer vínculos emocionales entre la marca y la audiencia. Para conseguirlo, el contenido debe apelar a la emotividad para que el individuo se identifique con la historia y comparta los valores que la marca le transmite a través de la narración



PORQUE DAN CREDIBILIDAD Y AUMENTAN EL ENGAGEMENT

Contar la historia de la marca, lo que la hace diferente, los retos a los que se enfrenta o los beneficios que propone para el consumidor contribuye a que se perciba de forma más creíble y objetiva.

De esta forma, la marca es percibida de forma positiva y genera una relación más profunda de confianza y fidelidad



¿Cómo contar buenas historias?

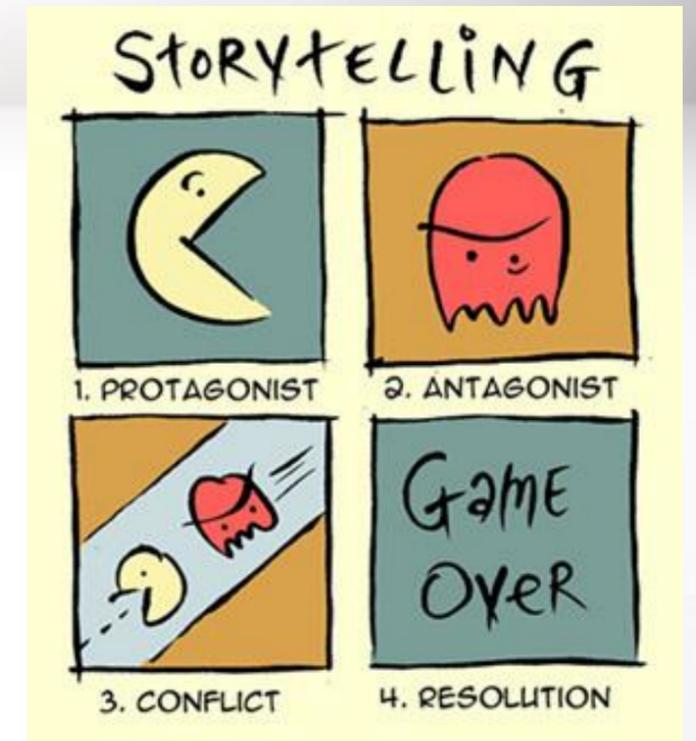
10 claves para contar una buena historia:

- **Objetivo.** Qué quieres contar. Identificación del problema u oportunidad para la marca: construcción de marca, diferenciación, reposicionamiento, refuerzo, etc.
- **Personalidad de marca.** Las historias tienen el poder de transmitir los valores y el territorio a los que se asocia la marca.
- **Público objetivo.** Seleccionar al público al nos queremos dirigir y adaptar la historia a sus gustos y aficiones
- **Argumento.** La historia debe seguir una estructura sencilla: planteamiento, nudo y desenlace
- **Géneros y tonos.** Existen diversos tipos de historia (drama, aventura, intriga...) y tonos (humor, diversión, cotidiano...), lo importante es generar la conexión emocional



¿Cómo contar buenas historias?

- **Autenticidad y sencillez.** El consumidor se involucra con historias que son auténticas, creíbles y sencillas
- **Diferenciación.** Si la historia no es la más original hay que añadir la creatividad en la forma de contarla para hacerla diferente.
- **Social y participativa.** Las historias deben ser fáciles de compartir y deben fomentar la participación e involucración del consumidor
- **Enfoque transmedia.** Es recomendable llevar la historia a diversos canales para ofrecer una experiencia 360
- **Distribución.** Es ya parte del contenido y debe ser completa contando con medios pagados, redes sociales, medios ganados gracias a relaciones con medios, etc.



Harry Potter: ejemplo de storytelling transmedia

Cine y teatro



Parque temático



Apps



Webs y foros



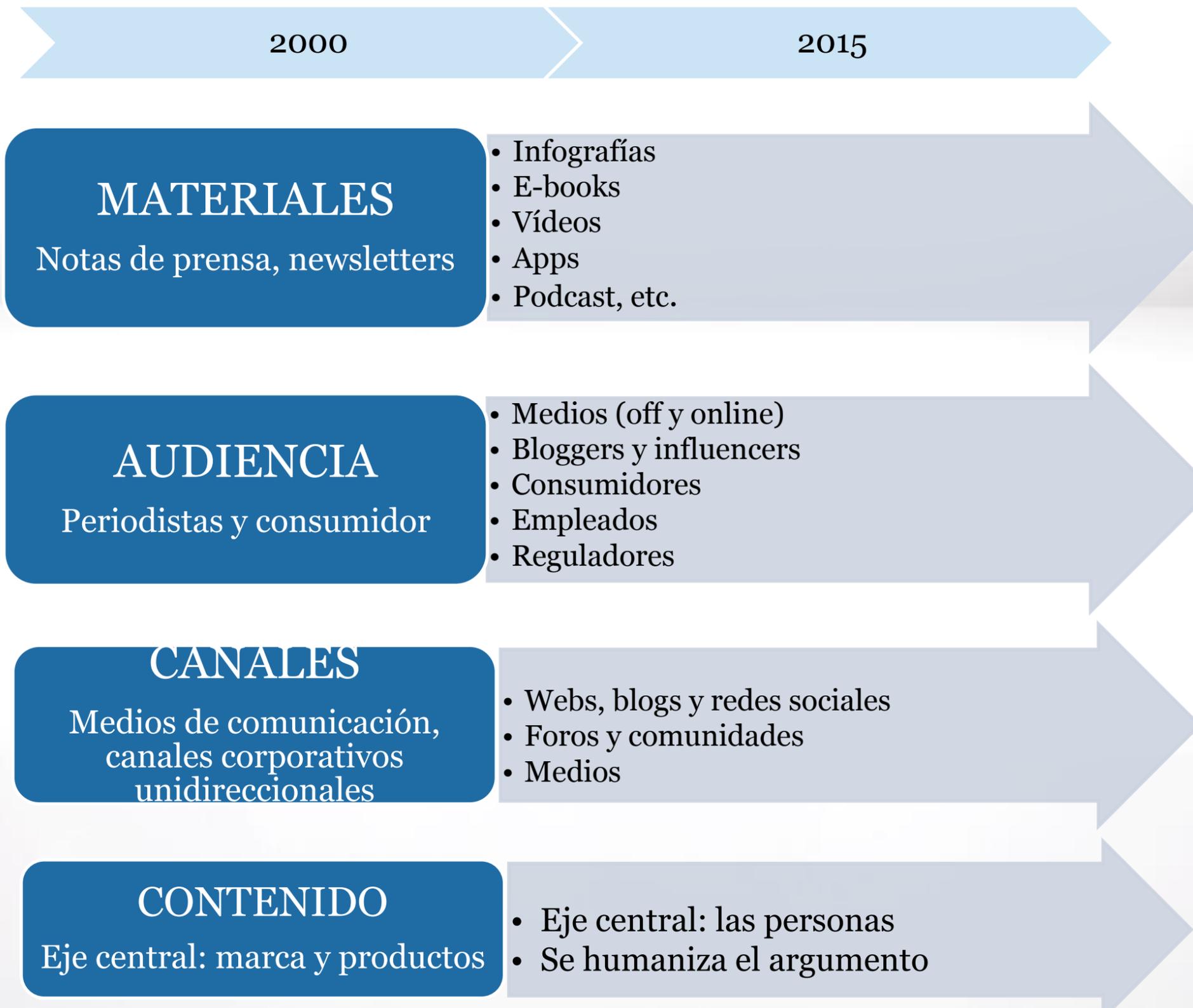
Convenciones para fans

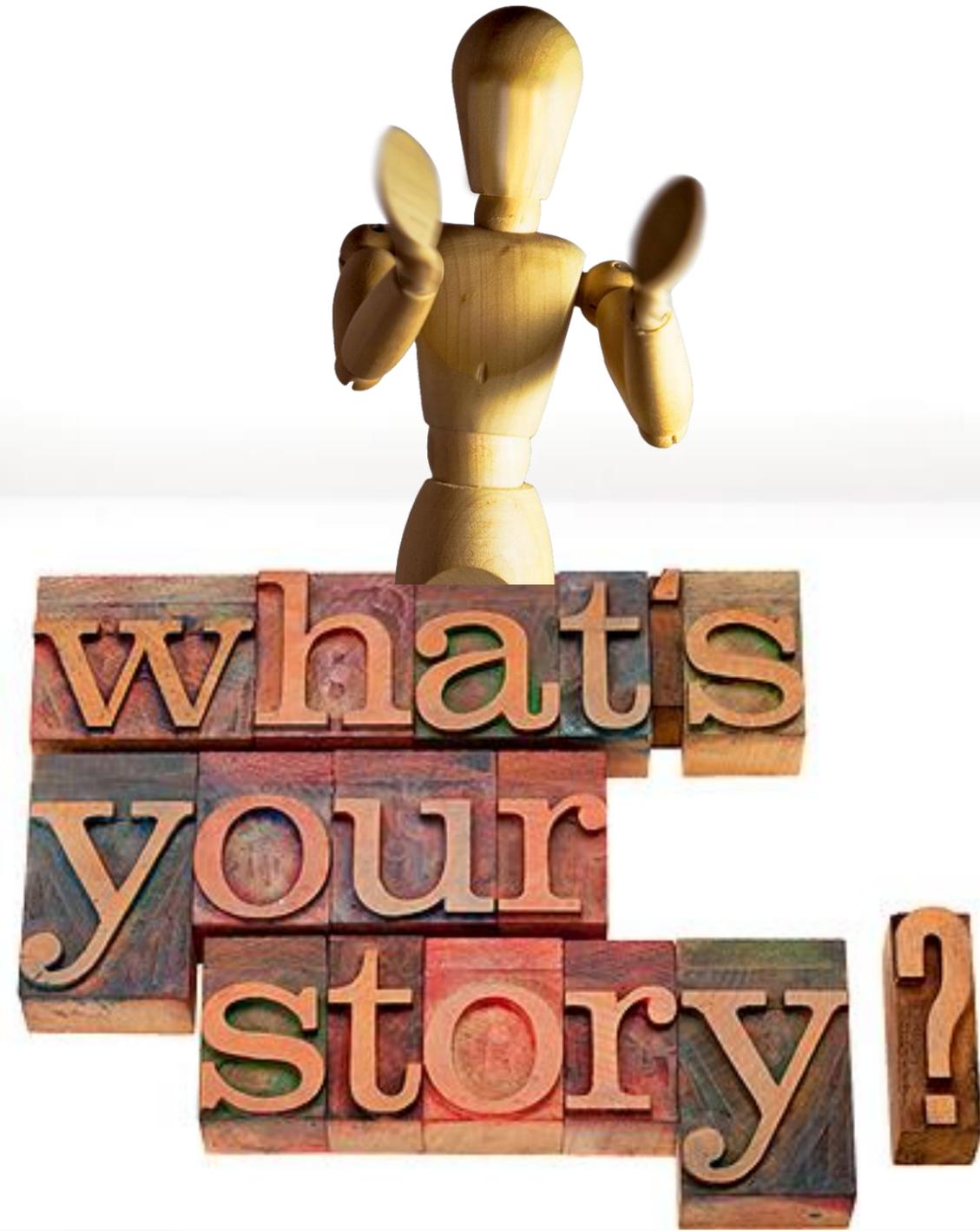


Videojuegos



Evolución del storytelling







Gracias!