

Kit de preguntas para construir el storytelling de tu marca

STORYTELLING

Shalder®

¿Qué es Storytelling?

Storytelling puede definirse puntualmente como la acción de contar historias. Pero, **¿qué lo hace una rama digna de especialización?**

El storytelling trabaja con las emociones y el mensaje. Se trata del qué quieres decir, el por qué lo dices, para qué lo cuentas y el cómo lo comunicas; para conectar directamente con quien quieres que lo escuche (tu cliente, tus empleados, tus posibles usuarios, tus proveedores, tu familia, tus amigos).

La característica fundamental radica en que esa historia de la que puedes extraer las respuestas de las anteriores preguntas, debe ser **coherente** y estar bajo la premisa que confirma que aunque la historia sea la misma, la forma de contarla no siempre lo es, ya que cada parte involucrada entenderá el mensaje según sus intereses y contexto.

Por ello es muy importante que te preguntes:

«¿A quién quiero llegar?»

y lo estudies muy bien.

¡ANTES DE EMPEZAR!

La manera más fácil de extraer **insights** es formular las preguntas dentro del ambiente de entrevista. Esto te permitirá profundizar y aclarar dudas que puedan ser significativas para tu relato.

Procura dialogar con una muestra relevante de cada segmento de las partes involucradas con tu historia.

Ejemplo:

- Si eres una empresa, habla con todos los fundadores, tus empleados, tus clientes y tus proveedores.
- Si estás trabajando en tu marca personal, habla con tus colegas y tus compañeros de trabajo.

De esta manera te será más fácil encontrar hechos, acciones, logros, retos e incluso incoherencias que sirvan para estructurar tu mensaje y oportunidades de mejora para tu negocio.



Shalder

Sobre la **EMPRESA**

1. ¿Qué es?
2. ¿Qué hace?
3. ¿Quiénes la conforman?
4. ¿Por qué la crearon?
5. ¿Qué esperabas cuando la creaste?
6. ¿Cómo quieres que sea vista?
7. ¿Cuáles son los **pain points** de fundador?
8. ¿Qué sueñan los socios?
9. ¿Qué te motiva?
10. ¿Qué te aporta la empresa?
11. ¿Qué te ha quitado la empresa?
12. ¿Cuál de la misión de cada socio?
13. ¿Quién eras antes de la empresa y quién eres ahora?
14. ¿Cuál es la pregunta que siempre debes responder en una presentación?
15. ¿Cuál es el mensaje?
16. ¿Qué has aprendido de la empresa?
17. ¿Qué te gustaría aprender?
18. ¿Por qué quieres que sea recordada?
19. ¿Para qué sirve lo que haces?

Sobre la **COMUNICACIÓN**

- 20. ¿Cómo es el tono de comunicación?
- 21. ¿Cuál es el talón de Aquiles?
- 22. ¿Qué nos hace diferentes?
- 23. ¿Qué ha funcionado y qué no ha funcionado hasta el momento?

Hitos de la empresa

- 24. ¿Cuál es la historia de la empresa?

Los mejores y peores momentos.

- 25. ¿Qué se ha identificado a nivel empresarial y personal?
- 26. ¿Qué has descubierto?
- 27. ¿Qué no has podido lograr?
- 28. ¿Cómo ves la empresa en 3, 5 y 10 años?
- 29. ¿En qué cree la empresa?
- 30. Si la empresa fuera una persona, ¿cómo sería?
- 31. ¿Qué debería aprender la empresa de la competencia?
- 32. ¿Qué debería aprender la competencia de nosotros?

Sobre los DETALLES

- 33. ¿Cómo se traducen los conceptos claves de la empresa en su día a día?
- 34. ¿Qué le ha aportado a sus clientes?
- 35. ¿Qué le ha aportado al mercado?

Audiencia

- 36. ¿Quién es el cliente ideal?
- 37. ¿Por qué se van los clientes?
- 38. ¿Qué preguntas te ponen nervioso?
- 39. ¿Qué no sabes como responder?
- 40. Los clientes llegan por lo que sea (reputación, precio, calidad, etc.) pero, ¿por qué se quedan?
- 41. ¿Qué se le da al cliente que sea diferente?
- 42. ¿Cuál es el momento «¡WOW!» del cliente?
- 43. ¿Qué necesita saber cada uno de los clientes?
- 44. ¿Qué necesita saber cada uno de los empleados?
- 45. ¿Qué necesita saber cada proveedor?
- 46. Tomando en cuenta el tipo de producto, ¿qué más podría llegar a ofrecer?



**¡Ingresa en www.shalder.io y
síguenos en Redes Sociales como Shalder_es!**

Encontrarás contenido relevante que ayudará
a escalar tu negocio.

Shalder

El futuro del trabajo, es ahora.