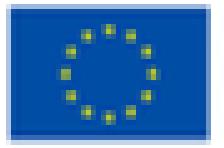


# STORYTELLING EN EMPRESAS

XEOPARQUE CABO ORTEGAL



Financiado por  
la Unión Europea  
NextGenerationEU



Ministerio de  
Cultura y  
Deporte

Ministerio de  
Economía y  
Competitividad

Secretaría de Estado  
de Turismo



Plan de  
Recuperación,  
Transformación  
y Resiliencia



XUNTA  
DE GALICIA



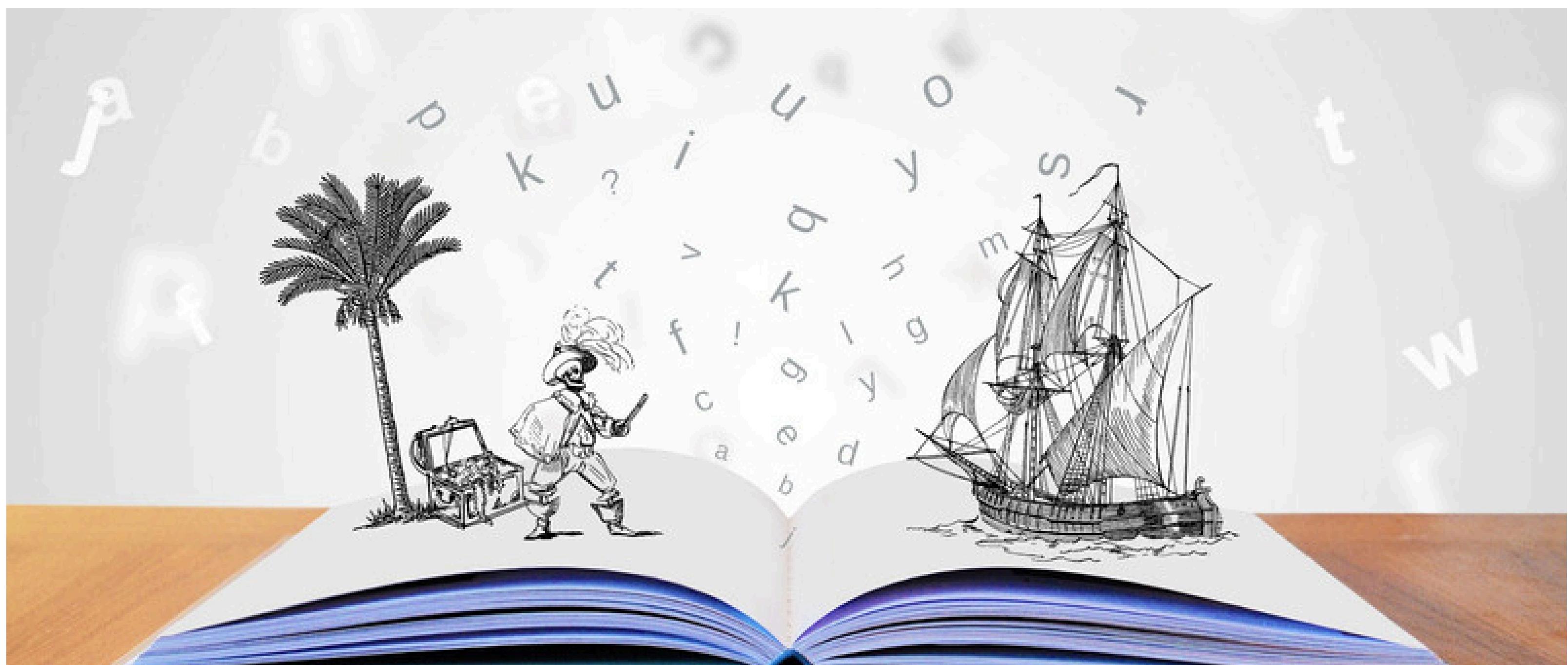
Deputación  
da Coruña

# ¿Qué es el Storytelling?

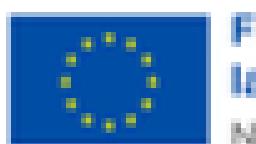
El storytelling es el arte de contar historias que conectan emocionalmente con tu audiencia, ya sea a través de tu web, redes sociales, folletos, o en la experiencia misma. En el ámbito empresarial, el storytelling ayuda a crear una narrativa atractiva que no solo promueve productos o servicios, sino también los valores y la identidad de la empresa.

## TIP

Piensa en tu empresa como un personaje dentro de una historia. ¿Qué te hace diferente?  
¿Por qué tu público debería estar interesado en lo que tienes que contar?



2



Financiado por  
la Unión Europea  
NextGenerationEU



MINISTERIO DE  
INDUSTRIA,  
COMERCIO Y  
CONSUMO  
SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO



Plan de  
Recuperación,  
Transformación  
y Resiliencia



Deputación  
da Coruña

# ¿Por qué el Storytelling es importante para tu empresa?

El storytelling tiene un impacto profundo en cómo los clientes perciben y se relacionan con tu marca. Los humanos estamos programados para recordar historias, no solo hechos o datos.

Beneficios clave:

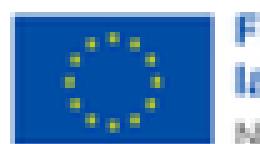
- Crea conexiones emocionales: Las historias generan emociones, lo que hace que tu marca sea más memorable y querida.
- Diferencia tu empresa: En un mercado lleno de opciones, contar una historia única ayuda a destacar tu propuesta.
- Fomenta la fidelidad: Las personas quieren apoyar a las marcas que sienten auténticas y que les hablan directamente.

## TIP

No se trata solo de vender, sino de contar quién eres y qué valores compartes con tus clientes.



3



Financiado por  
la Unión Europea  
NextGenerationEU



SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO



Plan de  
Recuperación,  
Transformación  
y Resiliencia



Deputación  
da Coruña

# Elementos clave para una historia empresarial efectiva

Para que tu storytelling sea impactante y eficaz, asegúrate de incluir estos elementos clave:

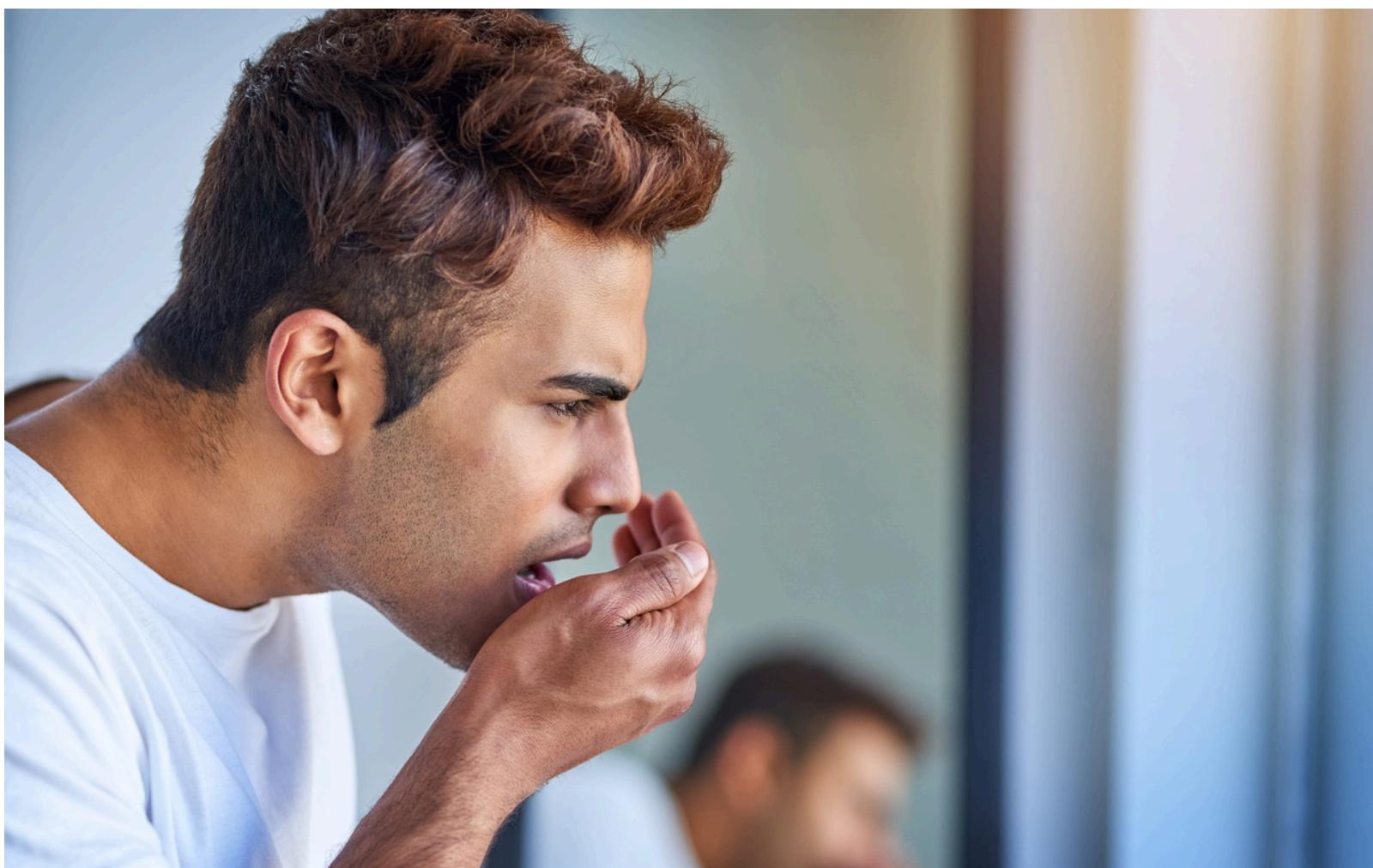
## A. EL PROTAGONISTA: TU CLIENTE

La historia debe centrarse en las necesidades, problemas o deseos de tus clientes.

Recuerda: no eres tú el protagonista, es el cliente.

### TIP

Piensa en tu cliente ideal como un personaje con deseos y desafíos que tú puedes resolver. Tu producto o servicio es su compañero de viaje.



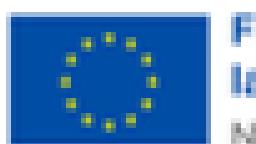
## B. EL CONFLICTO O DESAFÍO

Toda buena historia tiene un conflicto o desafío que debe ser superado. En el contexto empresarial, esto podría ser un problema común que tus clientes enfrentan, como la falta de opciones sostenibles o la dificultad para encontrar experiencias auténticas.

### TIP

Haz que el desafío sea relatable. El cliente debe pensar: "¡Eso me pasa a mí!"

4



Financiado por  
la Unión Europea  
NextGenerationEU



Ministerio de Economía y  
Transformación Digital

Ministerio de Ciencia e  
Innovación



Plan de  
Recuperación,  
Transformación  
y Resiliencia



XUNTA  
DE GALICIA



Deputación  
da Coruña

## C. LA SOLUCIÓN: TU PRODUCTO O SERVICIO

Tu producto o servicio debe ser la solución al conflicto o desafío. En este punto, resalta cómo tu empresa resuelve el problema de manera única, destacando sus ventajas.

### TIP

En lugar de solo hablar de características, enfócate en cómo tu producto mejora la vida de tu cliente.



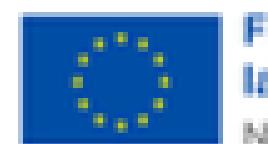
## D. EL FINAL FELIZ: LA TRANSFORMACIÓN

Muestra cómo tu cliente sale transformado después de haber experimentado tu servicio o producto. Un final feliz da esperanza y cierra el ciclo.

### TIP

Utiliza testimonios o ejemplos reales de clientes que hayan vivido una transformación positiva gracias a tu empresa.

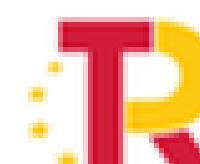
5



Financiado por  
la Unión Europea  
NextGenerationEU



Ministerio de Industria,  
Comercio y Turismo  
Secretaría de Estado  
de Turismo



Plan de  
Recuperación,  
Transformación  
y Resiliencia



# Tipos de historias que puedes contar

Aquí tienes algunos ejemplos de historias que puedes contar como empresa turística:

## A. La historia de tu origen

Cuenta cómo nació tu empresa, qué te motivó a crearla, los desafíos iniciales y cómo superaste obstáculos.

### TIP

Las historias de origen son muy poderosas porque reflejan autenticidad y compromiso.



## B. La historia de tus clientes

Comparte las historias de los clientes satisfechos, cómo han vivido su experiencia y qué cambio positivo experimentaron.

### TIP

Pide a tus clientes que comparten sus propias historias a través de reseñas o entrevistas. Puedes convertirlos en parte de tu narrativa.

## C. La historia de tus valores

Haz que tus valores sean una parte integral de tu storytelling. Muestra cómo tus acciones diarias reflejan estos valores.

### TIP

Relaciona tus valores con acciones concretas que tus clientes puedan ver o experimentar.



# Consejos para integrar el storytelling en tu empresa

Para que el storytelling funcione, debe estar presente en todos los puntos de contacto con tu cliente:

## A. En la web

Tu página de “Quiénes somos” debe contar tu historia de manera auténtica. Asegúrate de que tus valores y misión se reflejen en todo el contenido.

### **TIP**

Incluye una sección de testimonios o un blog donde cuentes historias relacionadas con tu negocio y clientes.

### **TIP**

Las historias visuales tienen un mayor impacto. Comparte momentos auténticos de tu negocio y de tus clientes.

## B. En redes sociales

Usa plataformas como Instagram, Facebook o TikTok para contar historias visuales. Publica fotos y videos que muestren a tus clientes disfrutando de sus experiencias, compartiendo lo que les hace sentir especiales.

## C. En la experiencia misma

Cada interacción con tu cliente debe contar una historia. Ya sea en la atención al cliente, en la presentación de productos, o durante la experiencia turística, asegúrate de que cada momento refuerce tu narrativa.

### **TIP**

Haz que tu historia se viva. Por ejemplo, si organizas rutas turísticas, cada parada puede ser un capítulo de tu historia.

# Errores comunes al contar historias

## A. No tener un mensaje claro

Si tu historia no tiene un objetivo claro, será confusa y poco efectiva. Asegúrate de que tu historia tiene un mensaje claro que resuene con tu audiencia.

## TIP

Antes de contar una historia, pregúntate: ¿Qué quiero que el cliente sienta o haga después de escucharla?

## TIP

La autenticidad es clave. No inventes, usa experiencias reales de tu empresa.

## B. Falta de autenticidad

Las historias artificiales no conectan con los clientes. Sé auténtico y cuenta tu verdadera historia, por más sencilla que parezca.

## C. Demasiado largo o aburrido

Mantén tus historias cortas y directas. Las personas tienen poco tiempo y atención, así que asegúrate de que tu historia sea impactante y vaya al grano.

## TIP

Edita tu historia para que solo incluya lo esencial y sea fácil de recordar.

# Cierre

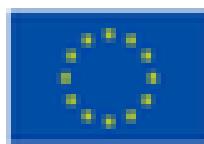
El storytelling es una herramienta poderosa para conectar emocionalmente con tus clientes y destacar lo que te hace único. Ya sea a través de tu web, redes sociales o la experiencia misma, contar historias auténticas y relevantes generará una mayor fidelidad y recomendación. Recuerda que la auténtica conexión con tu público empieza con una buena historia.

## TIP

Practica contar tu historia en 30 segundos a un amigo o familiar. Si te entienden y se sienten emocionados, ¡es una buena historia!



9



Financiado por  
la Unión Europea  
NextGenerationEU



Ministerio de Economía y  
Transformación Digital  
Ministerio de Ciencia, Innovación y  
Universidades



Plan de  
Recuperación,  
Transformación  
y Resiliencia

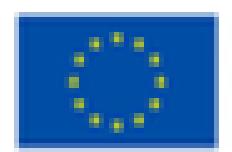


XUNTA  
DE GALICIA



Deputación  
da Coruña

**¡ESTÁS LISTO PARA MEJORAR TUA EMPRESA!**



Financiado por  
la Unión Europea  
NextGenerationEU



Ministerio de Industria,  
Comercio y Turismo  
Secretaría de Estado  
de Turismo



Plan de  
Recuperación,  
Transformación  
y Resiliencia

