

STORYTELLING EN EMPRESAS

XEOPARQUE CABO ORTEGAL



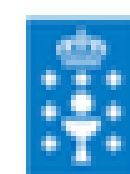
Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



XUNTA
DE GALICIA



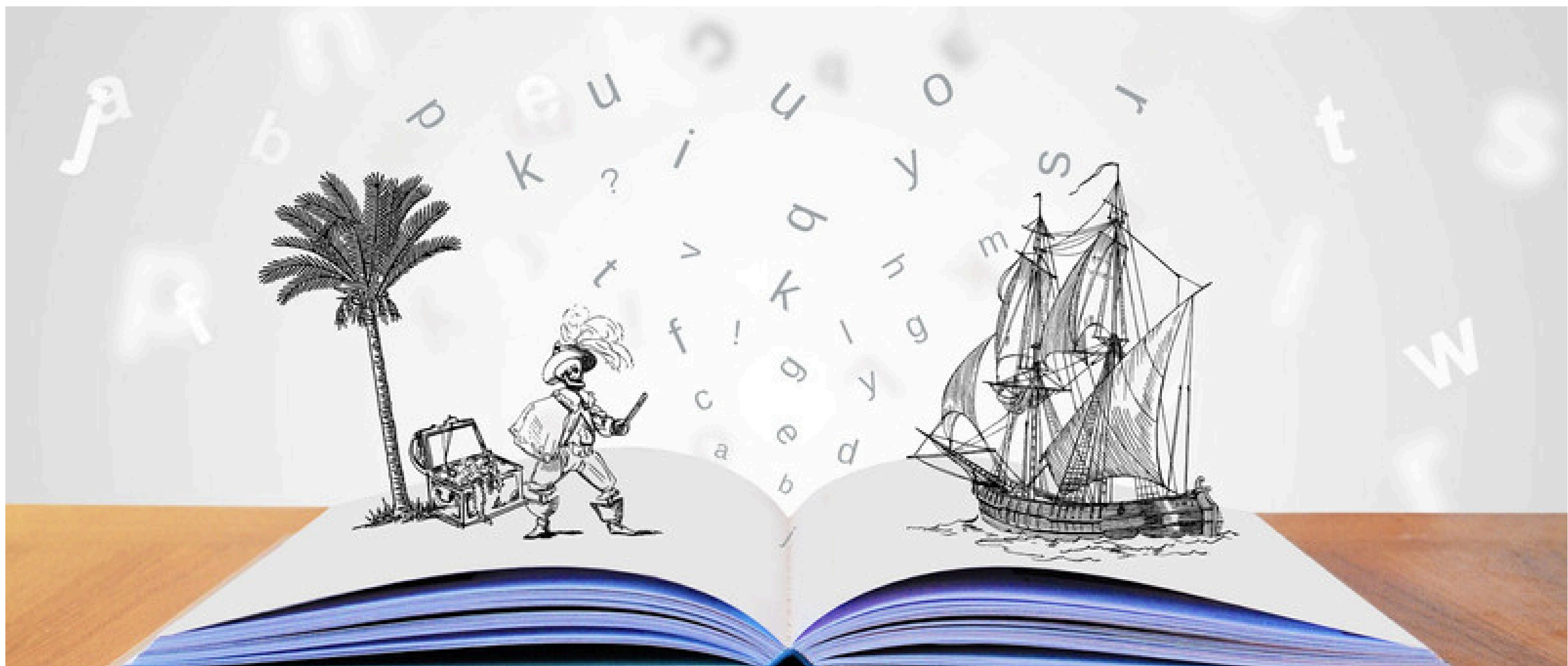
Deputación
DA CORUÑA

¿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?



¿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.



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!"

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.

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 compartan 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!



¡ESTÁS LISTO PARA MEJORAR TUA EMPRESA!



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



XUNTA
DE GALICIA



Deputación
DA CORUÑA