

Story Telling

Contar historias

Es el arte de contar historias, nada se olvida si se cuenta con una historia

Una historia conecta emocionalmente al consumidor

Las marcas cuentan historias porque a los consumidores les encantan y generan más recordación



Conforme pasa la historia el consumidor tiene más ansiedad por conocer el desenlace

El consumidor imagina el final y trata de adivinar lo que va a pasar, está conectado con la historia

Un desenlace impactante queda en la mente y es lo que enlaza la marca



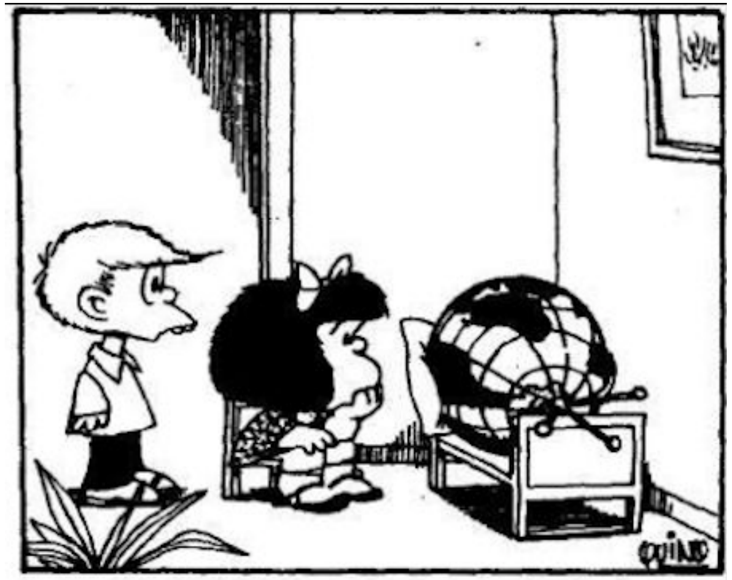
La historia debe tener un punto de giro en el argumento en el que se presenta un vuelco abrupto e inesperado, preferiblemente cerca del final.

Elementos a tener en cuenta:

1. Definir público objetivo
2. Generar emociones
3. Historia muy sencilla



4. Personajes que se identifiquen con el target
5. Agregarle humor
6. Escenarios que sean familiares para el target
7. Tener en cuenta los detalles
8. Punto de giro
9. Dejar datos sin contar
10. Cambios de ritmo
11. Incluir un call to action



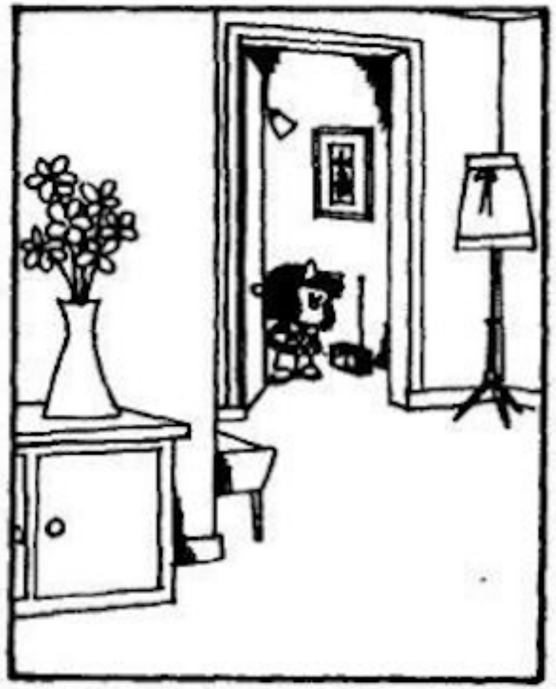
El guión:

1. Nombre de la historia
2. Listado de personajes
3. Listado de escenarios
4. Narración de la historia



Redacción

1. Narrar en secuencia
2. Separar por tomas o escenas
3. Incluir lugar
4. Actitudes
5. Momento del día
6. Duración



Indicaciones:

1. Hacer video o historieta
2. Si es video grabar en horizontal (max 1 minuto)
3. Si es historieta preparar presentación (tipo carrusel)
4. Subir al Drive (carpeta StoryTelling)
5. Nombrar el producto y/o incluir logo
6. Aplicar concepto



Mucho ánimo




¡HOLA!
¡SHHH!... EN VOZ BAJA, QUE TENGO UN ENFERMO EN CASA
353
¿ESTÁ ENFERMO TU PAPÁ?
NO
¿TU MAMÁ, ENTONCES?
TAMPOCO
QUINO


VAMOS A ESCUCHAR EL NOTICIOSO, A VER CÓMO SIGUE EL ENFERMO
354
EL ENFERMO SIGUE MAL
SANA, SANA, COLITA DE RANA, SI NO SANA HOY SANARÁ MAÑANA
QUINO