



DIGITAL MARKETING AND DEVELOPMENT

STORYTELLING

como herramienta para

crecer ventas

By: Daniel Vengoechea



¿Sabes cuál es la habilidad más rentable del marketing?

EL STORYTELLING.

+ + + +

+ + + +

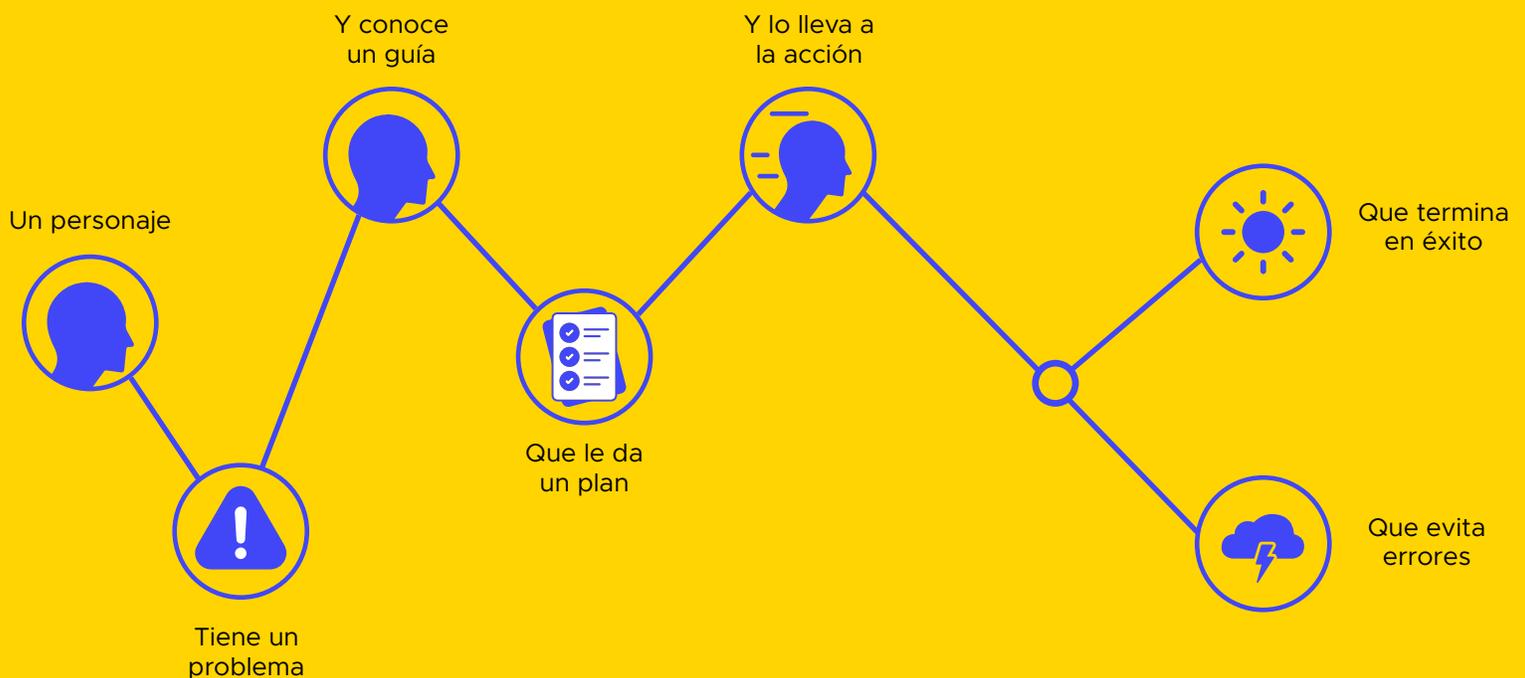


EL PODER DE CONTAR TU HISTORIA

(lo que llamamos en marketing Storytelling)

- Te ayuda a crear una comunicación clara, que:
- ✓ Brinda cercanía con tu audiencia
 - ✓ Despierta interés
 - ✓ Genera recordación
 - ✓ Y crea autoridad

LA FÓRMULA PARA CREAR UNA HISTORIA TAN PODEROSA QUE ENGANCHE A TU AUDIENCIA





¡TEN EN CUENTA!

Una buena historia es la que te engancha desde el inicio. Esto se logra presentando rápidamente lo que el héroe quiere conseguir y los problemas que se lo impiden

Es necesario mostrar qué está en juego:

- ✓ ¿Qué va a perder el cliente si no adquiere nuestro producto o servicio?
- ✓ ¿Qué consecuencia negativa le estoy ayudando a mi cliente a resolver?
- ✓ ¿Qué es lo que la persona quiere evitar y cómo puede hacerlo?



Una vez hayas construido toda tu historia con esos elementos, adóptala como un todo dentro de cada estrategia de comunicación.

Es decir, **haz de ella tu lenguaje, tu ADN.**

- ✓ Haz que todo el contenido que generes para redes sociales gire en torno a ella.
- ✓ Inclúyela dentro de tu discurso de ventas
- ✓ Compártela con todo tu equipo interno. Haz que sea la columna vertebral de tu marca.

¡En la creatividad está el secreto!



BONUS: ONE-LINER

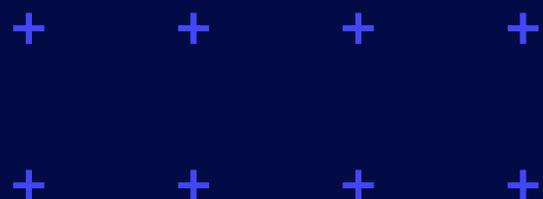
¿Qué es un one-liner?

Es una de las herramientas clave para despertar curiosidad por tu marca, una descripción breve, concisa e impactante en la cual explicas lo que ofreces de tal manera que despierte el deseo de tu audiencia.

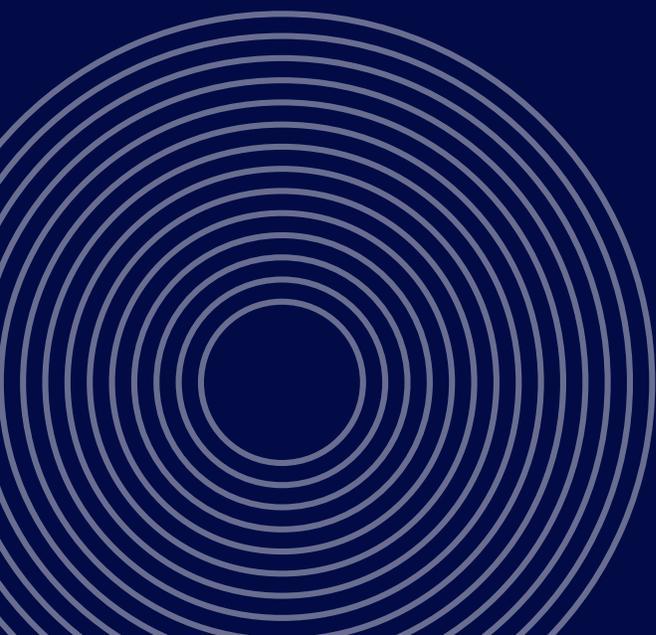


FÓRMULA PARA CREAR TU ONE-LINER

**Problema + Solución + Final feliz
=
ONE-LINER**



Libro de ejercicios para crear
tu historia de marca





UN PERSONAJE

¿QUÉ ES LO QUE QUIEREN?

(¿Qué quieren tus clientes en relación con tu producto o servicio?)

Crecer los ingresos de su empresa. Que su empresa sea exitosa y reconocida por su tamaño, por lo que hace y tener la tranquilidad financiera que requiere para seguir creciendo.



TIENE UN PROBLEMA

VILLANO

(¿Existe una causa raíz de los problemas de tu cliente? ¿Puedes personificar esta causa raíz como un villano? ¿Cuál es el villano en la historia de su cliente?)

Las agencias digitales que se enfocan en crear contenido sin estrategia y enfocándose en métricas vanidosas y no en métricas y procesos que realmente crecen una empresa.

EXTERNO

(¿Cuál es el problema de tus clientes en relación con su producto o servicio?)

“Necesito ayuda para poder crecer mis ventas y poder enfocarme en lo que realmente sé hacer y me gusta”.

INTERNO

(¿Cómo hace sentir este villano a tus clientes?)

“Las veces que lo he intentado he perdido dinero y tiempo y solo me he llevado decepciones de agencias digitales, e incluso, de mi propio equipo”.

FILOSOFÍA

(¿Por qué está "simplemente mal" que tus clientes se sientan agobiados por este problema?)

“Mis clientes deberían llegar solos, para yo dedicarme a mejorar mis productos y servicios”.



Y SE ENCUENTRA CON UN GUÍA

EMPATÍA

(¿Qué declaración breve puedes hacer que exprese empatía y comprensión)

“Entiendo lo que sientes, a mí también me frustra que me hagan perder mi dinero y tiempo. Esta historia la he escuchado muchas veces y tú no tienes la culpa. La culpa la tienen las agencias digitales que ofrecen servicios que se venden fácilmente, como redes sociales, pero no en aquellos que se enfocan en lo que realmente importa: crecer las ventas”.

AUTORIDAD

(¿Cómo puede demostrar su capacidad para resolver el problema de tu cliente?)

- + 150 clientes nacionales
- + \$150m USD en ventas generadas
- + de 37.000 personas que confían y aplican nuestro conocimiento
- Equipo con más de 50 talentos apasionados por el marketing de crecimiento.

- Certificaciones en SCRUM, Inbound Marketing, Marketing de Respuesta Directa , Google Ads y Facebook Ads.
- Testimonios



QUE LES DA UN PLAN

PROCESO

(¿Son 3 ó 4 los pasos que tus clientes pueden dar para llegar a la venta o explicar cómo utilizarán su producto después de la venta?)

1. El primer paso es contratarnos para asignarte un estratega quien guiará el proceso.
2. De ahí en adelante aplicaremos nuestra metodología de crecimiento de 8 pasos.
3. Durante la primera semana investigaremos al consumidor con nuestro Insider Method.
4. Basado en esta investigación crearemos un Master Offer.
5. Ahora que tenemos todo lo anterior listo, definimos el camino a la venta. De esta forma podemos crear contenido que impacte al cliente en este camino.
6. Pasamos a mejorar tu proceso comercial para que así puedan cerrar el mayor número de ventas posibles.
7. Acá es importante medir los resultados en pro del cumplimiento de los objetivos fijados.
8. Por último, nos estaremos retroalimentando constantemente. La idea es identificar oportunidades de mejora que permitan llegar más rápido a los resultados.

ACUERDO

(Enumera los acuerdos a los que puedes llegar con tus clientes para aliviar sus temores de hacer negocios contigo)

<p>Objeciones comunes:</p> <p>1. ¿Por qué no veo resultados enseguida?</p>	<p>Soluciones:</p> <p>Para garantizar dar los mejores resultados, llevaremos a cabo las siguientes fases: Primer mes: fase de onboarding, arranque e investigación. Segundo mes: fase de validación y testeo. Tercer mes: fase de estabilización de la estrategia. Cuarto mes en adelante: fase de innovación y optimización.</p> <p>Si después del cuarto mes no ves los resultados esperados, se puede dar por terminado el contrato.</p>
<p>2. Ya me ha ido mal con agencias antes, no confío</p>	<p>Las otras agencias se enfocan es en métricas vanidosas, como número de seguidores y likes. Nuestras estrategias de crecimiento se enfocan en métricas que sí impactan directamente tus ventas.</p>





Y LOS LLAMA A LA ACCIÓN

DIRECTO

(¿Cuál es tu llamada a la acción directa?)

¡Para empezar, solo debes realizar el pago!

TRANSITORIO

(¿Qué llamadas a la acción transitorias utilizarás para atraer a los clientes?)

Te voy a dar la estrategia de e-me pintada para que te vayas inspirando y entendiendo lo que vamos a hacer con tu cuenta.



QUE TERMINA EN UN ÉXITO

(Enumera los cambios positivos que experimentarán tus clientes si utilizan tu producto o servicio)

- Ya te puedes dedicar a lo que realmente te gusta de tu negocio
- Cuentas con un plan de acción y un equipo profesional encargado de crecer tus ventas con metodologías probadas.
- El dinero que inviertes en crecer tus ventas será realmente una inversión y no un gasto.
- Lograrás crecer tu empresa y su reconocimiento.
- Tendrás la tranquilidad financiera con para seguir creciendo



QUE LES AYUDE A EVITAR EL FRACASO

(Enumera las consecuencias negativas que experimentarán tus clientes si no utilizan su producto o servicio)

No estarás estresado pensando en cómo vender mas
Ya no tendrás que inventar cada día algo nuevo para intentar crecer tus ventas.
No estarás gastando tu dinero en estrategias que no funcionan.
Cumplirás tus objetivos comerciales con más rapidez y facilidad



UNA TRANSFORMACIÓN DE PERSONAJE DE ESTO

(¿Cómo se sentía tu cliente antes de utilizar tu producto o servicio?)

Siente un deseo y necesidad de crecer su empresa y lograr sus objetivos. Esto le causa frustración al no saber cómo hacerlo y requiere ayuda para lograrlo. Siente que debe invertir para crecer, pero le da miedo perder su dinero pues puede no funcionarle. Siente que los intentos que ha hecho él y su equipo no son suficientes o no son bien guiados, esto hace que se sienta estancado

A ESTO

(¿Cómo se sentía tu cliente antes de utilizar tu producto o servicio?)

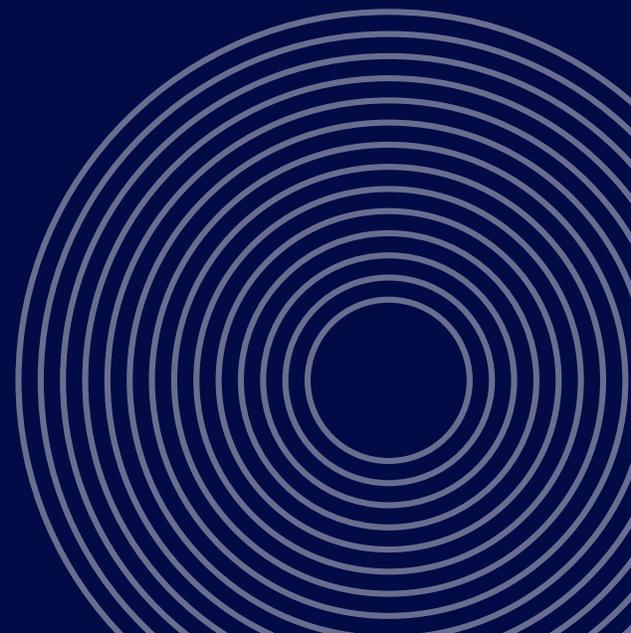
(¿En qué se convertirá tu cliente después de utilizar tu producto o servicio? ¿Cuál es tu identidad aspiracional?)

Ahora está más tranquilo, enfocado en hacer lo que más le gusta, sin preocuparse por las ventas de su empresa. Siente que sus objetivos comerciales se alcanzan con mayor rapidez y facilidad y su equipo comercial está actualizado y capacitado para atender de la mejor manera a cada uno de los clientes, lo que le genera una mayor confianza para seguir creciendo.



A continuación encontrarás la
plantilla para que desarrolles tu
propio storybrand...

Ready, set... GO!





UN PERSONAJE

¿QUÉ ES LO QUE QUIEREN?

(¿Qué quieren tus clientes en relación con tu producto o servicio?)



TIENE UN PROBLEMA

VILLANO

(¿Existe una causa raíz de los problemas de tu cliente? ¿Puedes personificar esta causa raíz como un villano?)

(¿Cuál es el villano en la historia de su cliente?)

EXTERNO

(¿Cuál es el problema de tus clientes en relación con su producto o servicio?)

INTERNO

(¿Cómo hace sentir este villano a tus clientes?)

FILOSOFÍA

(¿Por qué está "simplemente mal" que tus clientes se sientan agobiados por este problema?)



Y SE ENCUENTRA CON UN GUÍA

EMPATÍA

(¿Qué declaración breve puedes hacer que exprese empatía y comprensión)

AUTORIDAD

(¿Cómo puede demostrar su capacidad para resolver el problema de tu cliente?)



QUE LES DA UN PLAN

PROCESO

(¿Son 3 ó 4 los pasos que tus clientes pueden dar para llegar a la venta o explicar cómo utilizarán su producto después de la venta?)

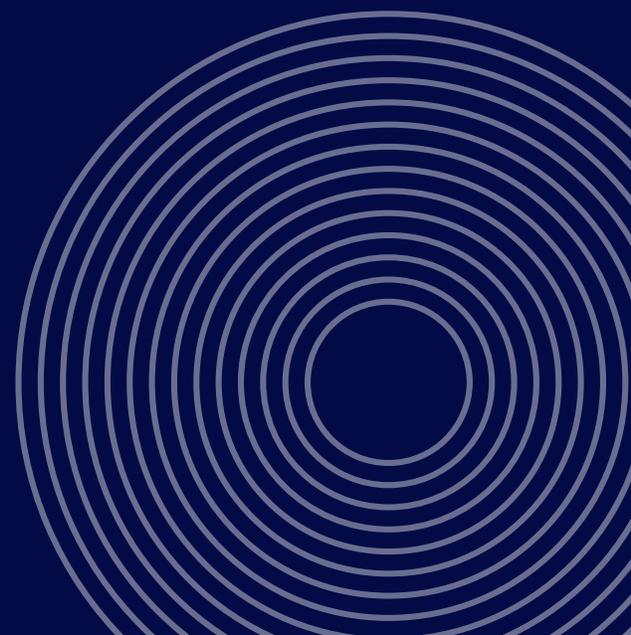
ACUERDO

(Enumera los acuerdos a los que puedes llegar con tus clientes para aliviar sus temores de hacer negocios contigo)



Ahora vamos a construir tu propia historia de marca...

Vamos a ver un ejemplo...





PROBLEMA

“Crecer empresas por medio de Marketing Digital es comúnmente considerado un gasto, más que una inversión”



SOLUCIÓN

“Nuestra metodología de marketing de crecimiento”



ÉXITO FINAL

“Posicionarás tu marca como un referente en el mercado, atraerás compradores, lograrás fidelizar a los existentes y sentirás tranquilidad al ver crecer tus ventas”.

RESUMÁMOSLO TODO:

“Crecer empresas por medio del marketing digital es comúnmente considerado como un gasto, más que una inversión. Con nuestra metodología de Marketing de crecimiento posicionarás tu marca como un referente en el mercado, atraerás nuevos compradores, lograrás fidelizar a los existentes y sentirás tranquilidad al ver crecer tus ventas.”.



PROBLEMA



SOLUCIÓN
