

Storytelling canvas

 **Subetapa:**
Implementar

 **Tiempo:**
60 min

 **Dinámica recomendada:**
Individual o equipo de innovadores

 **Materiales aplicación física:**

- Formato impreso (carta o póster)
- Plumones de punto fino

 **Materiales aplicación digital:**

- Plantilla en Miro
- Laptops con internet

 **Enlace de descarga:**
tooltec.mx

Storytelling canvas

ImAd · 13

Es un formato que le permite al innovador crear una historia (storytelling) alrededor de un producto/servicio con el objetivo de informar o persuadir a una audiencia determinada.

Este formato, guía paso a paso al innovador para crear la historia que le ayude en su objetivo y que posteriormente se puede convertir en el guion de su presentación oral o escrita.

Autor:
Design a better business

Bibliografía:
DesignABetterBusiness.tools / Storytelling Canvas. (n.d.).
<https://www.designabetterbusiness.tools/tools/storytelling-canvas>

Referencias adicionales:
NA

Este formato cuenta con 8 partes agrupadas en dos secciones. La **primera** sección corresponde a la **definición y objetivo** del storytelling y consta de tres partes:

1. **Tema (subject).** Contesta la pregunta ¿De qué trata la historia?, es decir, el tema central que se tratará de explicar.
2. **Meta (goal).** Es el objetivo que se busca a través de la historia, es decir, lo que se quiere lograr a través de la historia, y puede ser desde informar, hasta lograr ventas.
3. **Audiencia (audience).** Se refiere a las personas a las que va dirigida la historia. Se busca además listar las necesidades identificadas en dicha audiencia.

La **segunda** sección agrupa los **elementos** con los que se construye la **historia**. Y consta de 5 partes:

4. **Antes (before).** Se refiere a lo que la audiencia piensa, siente, sabe, quiere, antes de que haya escuchado la historia. Se basa en los conocimientos o suposiciones que tenemos previos de la audiencia.

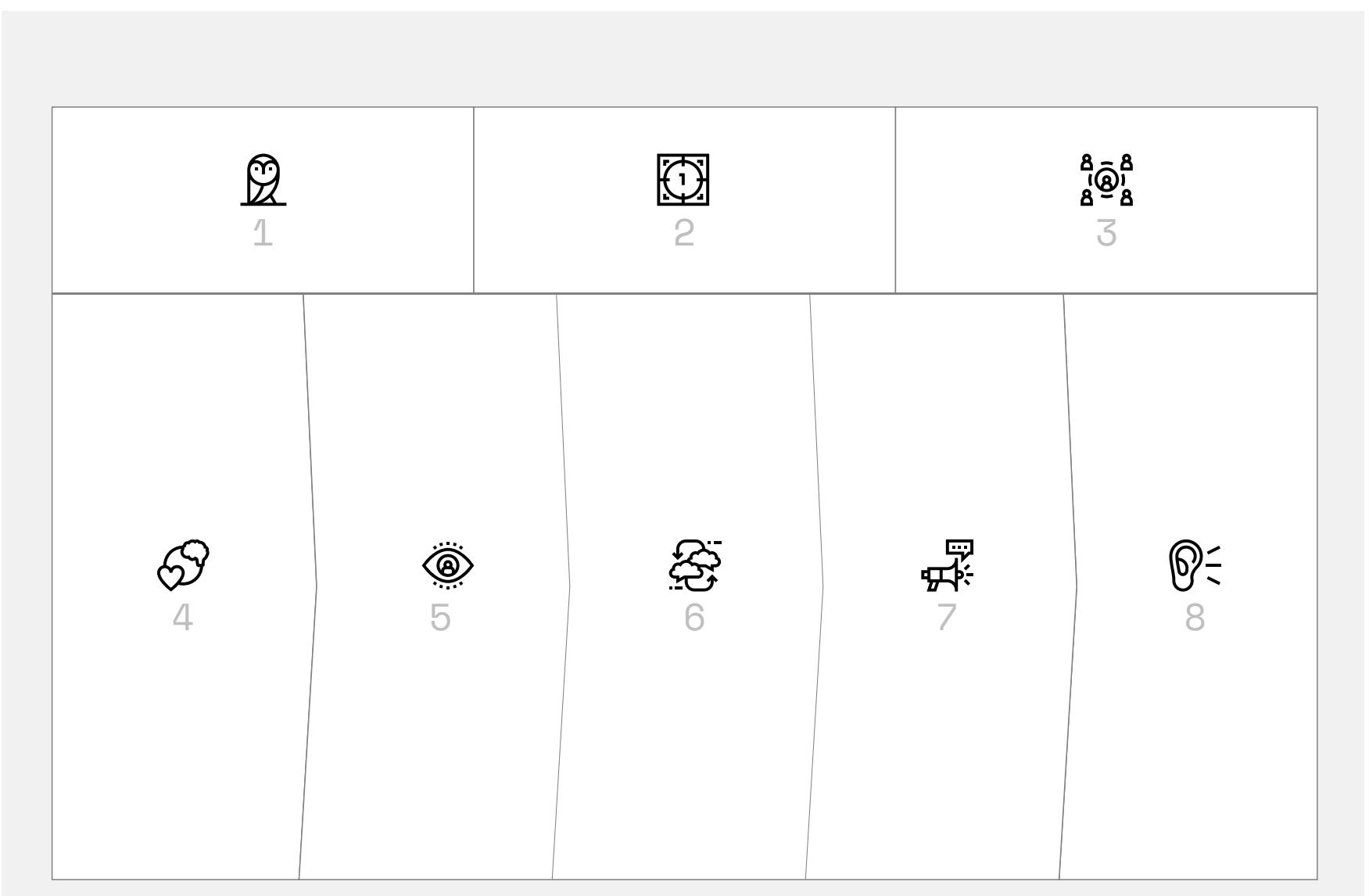
5. **Preparar la escena (set the scene).** Se refiere a los elementos necesarios para introducir o explicar el tema. Aquí es donde se describe la introducción de la historia.

6. **Explica tu punto (make your point).** Es la parte donde se explica el tema central de la historia. Es el momento cúspide de la historia donde se explica el concepto o idea principal.

7. **Conclusiones (conclusion).** Se refiere a los argumentos, hechos, anécdotas finales de la historia. Son los pensamientos finales de la historia y el llamado a la acción.

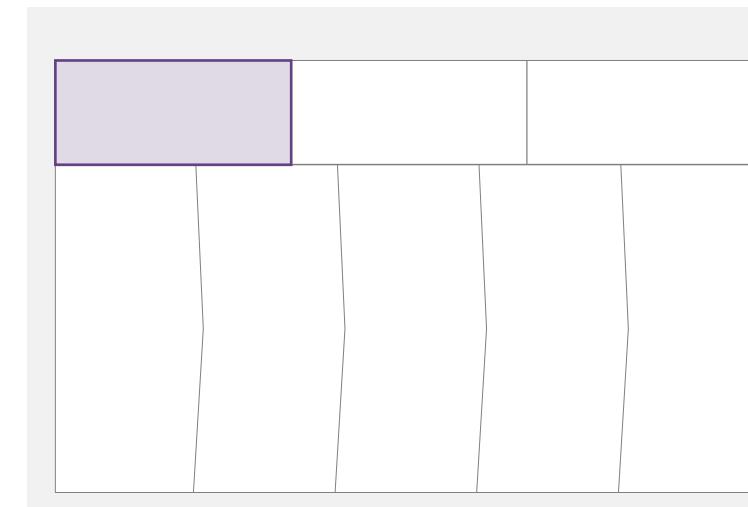
8. **Después (after).** Es el apartado donde se supone lo que la audiencia pensará, sentirá, sabrá, querrá, después de escuchar la historia.

El formato completo se ve de esta forma:

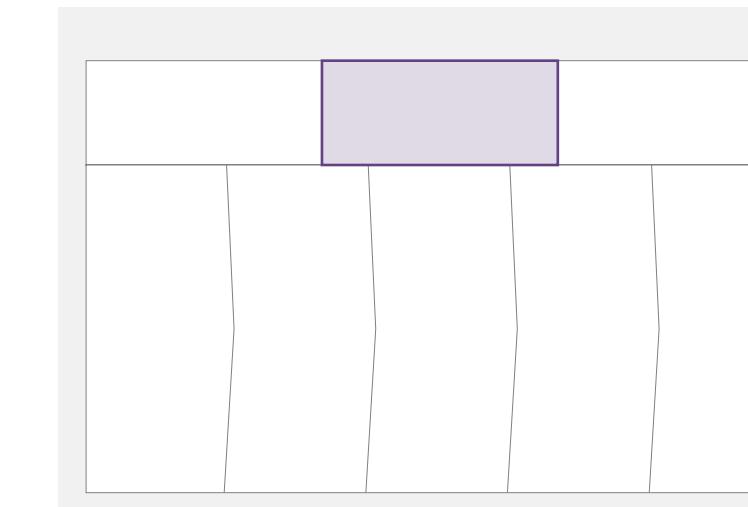


Storytelling canvas

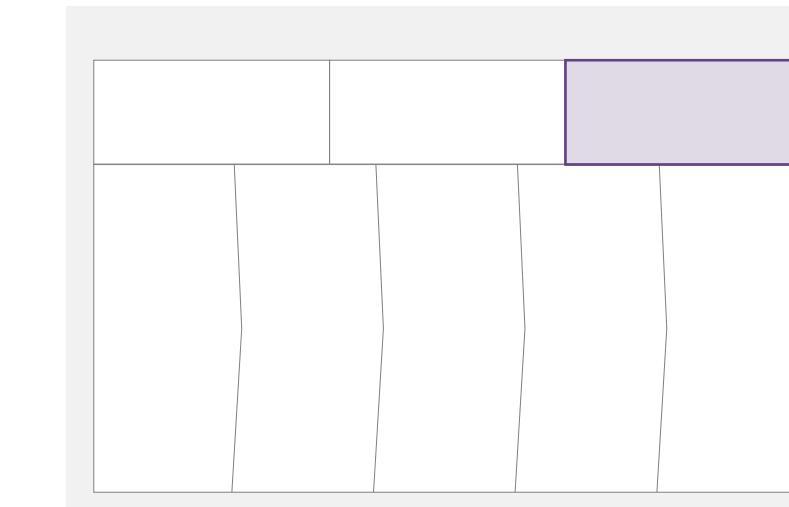
ImAd · 13

**Paso 1.**

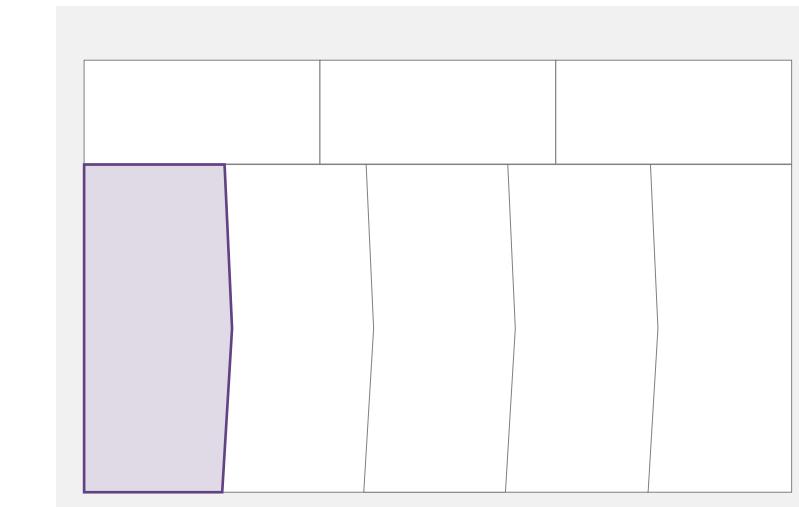
Se identifica el tema principal de la historia.

**Paso 2.**

Se identifica la meta u objetivo principal de la historia.

**Paso 3.**

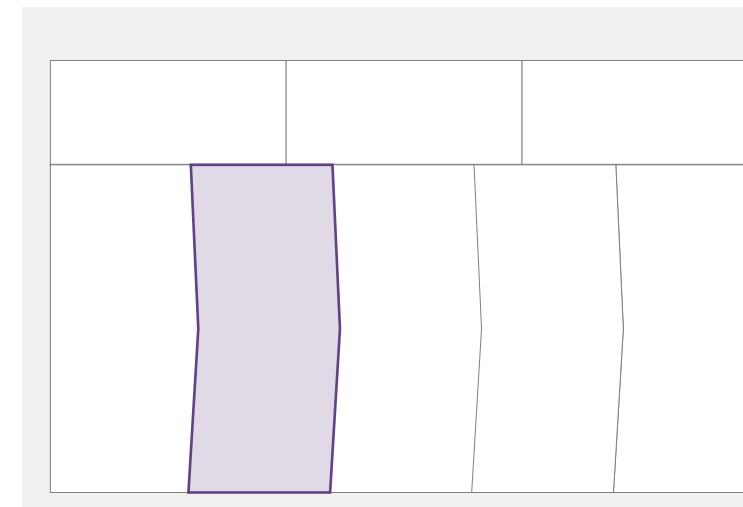
Se identifica la audiencia a la que se quiere llegar con la historia. Se identifican las necesidades de dicha audiencia.

**Paso 4.**

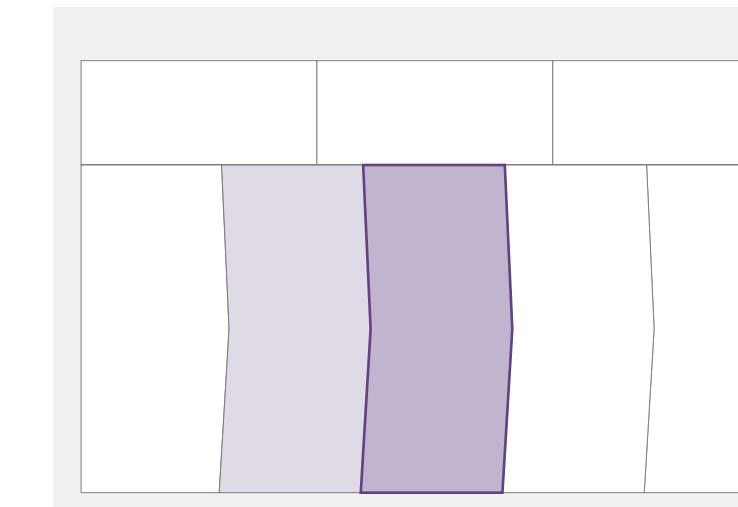
Se supone o pregunta lo que piensa, siente, o quiere la audiencia antes de comenzar a escuchar la historia.

Storytelling canvas

ImAd · 13

**Paso 5.**

Se decide con qué elementos se comenzará la historia y se llamará la atención de la audiencia. También se determinan los temas introductorios de la historia.

**Paso 6.**

Se desarrolla la parte central de la historia donde se explica a detalle la idea o concepto innovador.

**Paso 7.**

Se determinan los elementos de las conclusiones, el mensaje de cierre y el llamado a la acción.

**Paso 8.**

Se especifica lo que se espera que la audiencia pensará, sabrá, o querrá después de escuchar la historia.

Storytelling canvas

ImAd · 13

Diseño original:

DesignABetterBusiness.tools / Prototype
Canvas. (n.d.). <https://www.designabetterbusiness.tools/tools/prototype-canvas>

Adaptación:
ToolTec

