

Storytelling: 9 pasos para conectar tu mensaje con emociones

por Daniel Colombo

¿Recuerdas cuando, en la infancia, alguien te contaba una historia apasionante? Exactamente eso es el Storytelling, que, traducido al español, sería “contar una historia”.

El 23 de octubre de 2001 Steve Jobs, el conocido fundador de Apple, presentó en sociedad el primer reproductor digital de música. El lema que utilizó y que quedó grabado como un gran ejemplo de Storytelling fue: *“1000 canciones en tu bolsillo”*. Así comenzó la era del almacenaje de infinita cantidad de música, poder trasladarla y que esté accesible cuando quieras, donde quieras.

Storytelling encierra el poder de narrar una buena historia, que incluye elementos aspiracionales, emocionales y de experiencias que, transferidas al público, marcarán una diferencia.

Así, el relatar una historia relacionada con tu marca, producto o servicio, se nutre del lenguaje sensorial estructurado en forma tal que llega mejor al público. No sólo transmite conceptos a veces fríos, sino que toca las emociones.

Lo puedes lograr hablando en público como orador o vocero, en un video, escribiendo una pieza de comunicación, hablando en un medio de comunicación o frente a tu equipo: siempre es una buena ocasión para contar una gran historia.

- **No es necesario sacar lágrimas**

Al tocar la fibra emocional, cualquier persona está más abierta a conectar lo que dices con su propia experiencia de vida, o de alguien cercano; allí se tiende un puente interno en el cerebro que permite que lo que dices sea más recordable frente a una exposición convencional. Conviertes en magia tus palabras, para acercarte de una manera especial al público.

Técnicamente lo que sucede cuando alguien te cuenta una excelente historia, es que los cerebros se sincronizan inconscientemente, si la historia atrapa y conquista.

La publicidad, el marketing, las relaciones públicas, un buen profesor, un médico que se esmera en la atención de sus pacientes, y tú mismo con tu familia y amigos: todos utilizamos el Storytelling.

Llevado al mundo de las ideas y de los negocios, las herramientas de contar historias son sumamente efectivas para promover conversiones más rápidas, por eso de la conexión sensorial y emocional que se produce. Así, un cliente puede imaginarse y

hasta sentir a través de lo que le dices o le muestras, que está “viviendo” la emoción de utilizar tu producto, aun cuando está decidiendo comprarlo.

Cuidado: contar historias potentes, conectadas desde el universo emocional humano, no significa tener que apelar al recurso de que las personas se pongan a llorar, o pierdan su capacidad de raciocinio de tan emotivas que están.

Más bien, se trata de tocar una fibra íntima de conexión a través de lo sensorial (compuesto por imágenes, palabras, sonidos, lo táctil, los aromas), con lo que necesita activarse para producir un resultado determinado.

- **Cómo conectar tu mensaje con las emociones**

Sin necesidad de invertir recursos extraordinarios, la habilidad de conectar tu historia con el corazón de las personas es lo que hace que tu relato sea creíble.

El Storytelling se basa en los principios de la humanidad, y son éstos los que hacen que la gente se identifique mejor con tu mensaje. Para lograrlo necesitas combinar una serie de factores, entre ellos:

- . Los valores de tu marca, producto o servicio.
- . Una historia, quizás trivial para ti, que despierte emoción en la gente (inclusive cuando leen).
- . Los elementos que te hacen diferente al resto.
- . Articular un lenguaje rico en estímulos emocionales; que haga vibrar y sentir.
- . Lo positivo que las personas encontrarán en lo que ofreces o cuentas.
- . La forma en que presentas la información: desde las imágenes, el tono de voz, los matices, cadencias, pausas; los gestos y la actitud corporal; el ritmo al hablar; el énfasis; y la contundencia del contenido.

- **Por qué funciona y qué se necesita para dar en el blanco**

1. Despiertan interés: las personas somos curiosas por naturaleza.
2. Emociona y humaniza los vínculos.
3. Genera mayor conexión con los públicos.
4. Son más recordables.
5. Permite que la gente asocie lo que dices con experiencias personales.

Para esto...

- . Debes contar lo que te ha desafiado y cómo lo solucionaste.
- . Asociar tu tema (lo que quieres comunicar específicamente) con una historia poderosa e inspiracional.
- . Relata cómo sirve lo que estás proponiendo, en concreto, a las personas (tu público)
- . Enfatiza bien tu discurso apelando a todo tipo de conexiones emocionales.
- . Utiliza un vocabulario amplio y variado, basado en lo emocional y sensorial en primera instancia.
- . Agrega estímulos sensoriales, como música, imágenes, videos.
- . Desarrolla tu puesta gestual: lo que dices se afianza con tus gestos y, sobre todo, con tu actitud al comunicar.
- . Busca crear una experiencia inolvidable.
- . Practica lo suficiente; ensaya; grábate y corrige tu presentación con Storytelling.

Como en toda pieza de comunicación, necesitas definir un excelente comienzo, un nudo y un final-desenlace, donde articularás todos los elementos narrativos necesarios para inspirar, emocionar, entusiasmar, motivar, y, sobre todo, despertar el interés por lo que dices y ofreces.

Daniel Colombo

Facilitador y Máster Coach Ejecutivo especializado en alta gerencia, profesionales y equipos; mentor y comunicador profesional; conferencista internacional; autor de 31 libros. LinkedIn Top Voice América Latina. Coach certificado Miembro de John Maxwell Team.

www.danielcolombo.com

Mis libros: www.amazon.com/author/danielcolombo

Podcast en [Spotify](https://open.spotify.com/artist/danielcolombo) y todas las plataformas

[Linkedin.com/in/danielcolombo](https://www.linkedin.com/in/danielcolombo)

[Instagram: daniel.colombo](https://www.instagram.com/daniel.colombo)

[YouTube.com/DanielColomboComunidad](https://www.youtube.com/DanielColomboComunidad)

www.facebook.com/DanielColomboComunidad

[Twitter @danielcolombopr](https://twitter.com/danielcolombopr)