

Aquí tienes un **resumen detallado, profesional y completamente desglosado** de **cómo fue generado el sistema narrativo SRM para cada cliente**.

Este resumen te deja documentado el **método oficial SRM** para storytelling técnico-emocional — el mismo estándar que usarán Academia SRM, Lovable, ElevenLabs, Shopify y Catálogo 360°.



RESUMEN DETALLADO — Metodología SRM para generar la narrativa de cada cliente

A continuación te explico **cómo se construyó la narrativa**, qué capas se usaron, qué fuentes se estudiaron y qué reglas técnicas se aplicaron.



1. Recolección y verificación de información REAL del cliente

Para cada empresa se realizó:

✓ Exploración del sitio web oficial

Ejemplos:

- kaiqiparts.com
- yokomar.com
- industriasjapan.com
- dunosas.com
- carguerostore.com
- industriasleo.com
- vaisand.com

- importadoradfg.com
- Información pública de BARA (Cámara de Comercio)

✓ **Extracción de datos clave:**

- Historia de la empresa
- Misión, visión, valores
- Productos principales
- Líneas de negocio
- Marcas propias
- Ubicación física
- Teléfonos, correos y PBX
- Propuesta de valor
- Posición en el mercado
- Lenguaje real usado por la empresa

✓ **Identificación del “rol SRM”:**

- Fabricante
- Importador
- Distribuidor
- Almacén
- Taller
- Mayorista con marcas propias
- Ensamblador
- E-commerce especializado

👉 Esta clasificación es necesaria para el **Catálogo SRM**, Lovable y la Academia.

2. Análisis de identidad de marca (IDENTIDAD REAL SRM)

Se construyó un análisis profesional con:

✓ Arquetipo de marca según psicología del consumidor

Ejemplos:

- Kaiqi → “Conector confiable”
- Yokomar → “Proveedor masivo – eficiencia logística”
- Japan → “Ingeniero / Fabricante de precisión”
- Carguero Store → “Especialista del nicho motocarros”
- Duna → “Marca multisistema / portafolio nacional grande”
- Leo → “Fabricante electrónico — tecnología aplicada”
- Vaisand → “Industria y movilidad de carga”
- Bara → “Importador general multisegmento”
- DFG → “Mayorista de gran alcance y alto volumen”

✓ Perfilamiento estratégico

Se definió para cada marca:

- Cómo se perciben ante el mercado
 - Qué los hace únicos
 - Qué debilidades no deben mencionarse
 - Qué fortalezas deben remarcarse
 - Cuál debe ser la voz narrativa SRM ideal
-

3. Construcción de STORYTELLING SRM (capa emocional)

Aquí aplicamos:

PNL (Programación Neurolingüística)

- Uso de verbos sensoriales
- Activadores emocionales (“confianza”, “tranquilidad”)
- Frases de conexión subconsciente (“cuando eliges la marca, eliges seguridad”)

Neuromarketing

- Relación seguridad = autoridad
- Relación precio = valor percibido
- Relación marca = identidad del motociclista

Cada storytelling está diseñado para activar **motivadores universales**:

- Seguridad
- Velocidad
- Precisión
- Cuidado de su moto
- Tranquilidad

 Esto engancha tanto a clientes finales como talleres y distribuidores.

4. Construcción de la Narrativa Técnica SRM

Basado en SRM Pipeline v28, se generó una narrativa **estructurada para catálogo, fichas técnicas y metadata**:

✓ **Componentes clave:**

- Fitment
- Materiales
- Procesos de fabricación
- Nivel de especialización
- Clasificación técnica “al estilo SRM”
- Capacidades OEM / aftermarket
- Enfoque del portafolio

👉 Esta parte está escrita como si un **ingeniero mecánico y un analista de datos SRM** lo estuvieran redactando.

5. Copywriting profesional para LOVABLE (Cards + Secciones)

Se produjo texto adaptado específicamente para:

- Cards grandes del catálogo SRM
- Cards pequeñas
- Descripciones rápidas
- Texto para botones
- Copy estilo SaaS técnico
- Titulares de alto impacto (“Marca líder en...”)

👉 Optimizado para interfaz, lectura rápida, SEO y experiencia Lovable.



6. Script para ElevenLabs (55–70s cada uno)

Cada guion tiene:

✓ **Frecuencia emocional (inspiración, confianza, precisión)**

✓ **Construcción narrativa en tres actos:**

1. **Inicio emocional** (gancho sensorial + PNL)
2. **Cuerpo técnico** (fortalezas reales, procesos, productos)
3. **Cierre SRM** (alineación con el ecosistema)

✓ **Longitud exacta para optimizar créditos y calidad de audio**

✓ **Recomendación de voz:**

- **MAESTRO:** tono técnico y solemne (Fabricantes, industria)
- **ANFITRIONA:** tono cálido, comercial o institucional

👉 Los audios están listos para transformar en:

- Videos corporativos
- Reels
- Onboarding de Lovable
- Academia SRM



7. PERFIL DEL AGENTE LOVABLE para cada empresa

Cada cliente recibió:

- ✓ Nombre del agente
- ✓ Rol
- ✓ Modo narrativo
- ✓ Estilo SRM obligatorio
- ✓ Datos reales estructurados
- ✓ Tono emocional y técnico
- ✓ Tipos de outputs permitidos

Esto permite que Lovable genere:

- Fichas técnicas
 - Storytelling
 - Videos
 - Educación para Academia SRM
 - Mensajes comerciales automatizados
-

8. Integración de datos reales + narrativa SRM

La clave de este método:

Cada narrativa se generó con **fusión de:**

1. Información REAL pública
2. Identidad emocional SRM
3. Identidad técnica SRM
4. Storytelling profesional

5. PNL + Neuromarketing
6. Preparación para audio y video

👉 El resultado final es una **perfilación perfecta**, tanto para una multinacional como para un taller local.



9. Resultado: Paquete SRM Narrativas v2.0

Cada cliente quedó con:

- Identidad real
- Storytelling emocional
- Narrativa PNL
- Narrativa técnica
- Copy Lovable
- Script ElevenLabs
- Perfil Lovable (Agente)
- Datos reales verificados
- Rol fijo dentro del Catálogo SRM

Y SE DEJA LISTO PARA:

- Catálogo SRM 360°
- Academia SRM
- Landing interna del cliente
- Tienda Shopify
- Mensajería comercial

- Videos corporativos
- Capacitación técnica