



Storytelling salvaje, de Isra Bravo



★ SINOPSIS INICIAL

- 📖 Temática: Copywriting
- 🟡 Pepitas de oro: 10
- ⌚ Tiempo de lectura: 15 Mins.

Resumen rápido

- ✨ La escritura es un arma de ventas muy poderosa. O puede serlo, si sabes cómo usarla. Requiere pocos recursos, pues sólo te necesitas a ti mismo y un papel para crear. Y puede darte muchos, muchos beneficios. ¿Cómo? Aprendiendo las técnicas del *storytelling*: Crear historias que emocionen, enganchen a la audiencia... y que vendan.

🟡 1/10 El trabajo más importante

Existen tres tipos de emprendedores: los que crean algo y mueren sin venderlo. Los que crean algo y lo venden después de muertos. Y los que crean algo bueno o mediocre, y venden siempre. Bueno, pues estos tres tipos tienen algo en común que los hace diferentes: su historia. Los primeros la tienen, esa historia de su vida que los hizo crear lo que crearon, pero no la cuentan. Los segundos la tienen, pero la cuentan sus nietos y son ellos quienes se benefician de su obra. Y los terceros la tienen, la cuentan, y ganan dinero estando todavía vivos. Es decir, que saben cómo vivir de sus talentos. Pero para vender tu historia y sacar dinero con ella, antes tienes que saber cómo piensan los del tercer tipo y evitar a los del primero...

- 🙏 Mira, crear tu obra es sólo la mitad de lo que tienes que hacer. Con una mano creas, con la otra vendes, y ya con las dos juntas le rezas a la buena fortuna. Así es como hay que pensar.



- **Otras veces, crear tu obra es solo el 1% del tiempo de trabajo.** Por ejemplo, hay quienes escriben un libro en un año y lo venden durante 50. Y luego sus descendientes durante 500 años más.
- 🍷 **Si lo haces mal te pasará como a Van Gogh**, quien tan solo vendió una pintura en toda su vida, la del viñedo rojo. Y eso que pintó casi 900. (Sus pinturas ahora se venden por millones).
- 🇨🇪 **O como a Fran Kafka, que ni siquiera vendió un libro.** El checo pidió a su amigo Max Brod que destruyera toda su obra cuando muriera. Pero como buen amigo, desobedeció y publicó varios de ellos. ¿Quién se benefició de todo el patrimonio postmortem?: Sus descendientes.
- 🧠 **O sea, que vender es una habilidad que te tocará desarrollar si deseas vivir de tus proyectos. Lo decía Brian Tracy: “Vender es un arte, y quien sepa dominarlo siempre tendrá trabajo”.**
- ❓ **Bien, ¿y para qué sectores puede aplicarse esta lección?** Pues para todos. Desde quien vende piruletas, hasta películas, etc.
- **Así lo dijo Arnold Schwarzenegger: “¿Sabes por qué me convertí en una de las estrellas más taquilleras? Porque siempre supe que rodar la película era la mitad del trabajo. La otra mitad era venderla”.**
- 🙈 **Ahora, existe un problema común: el miedo a vender.** Porque puedes sentirte un vendido si lo haces, porque crees que el dinero te cambiará, etc. Pero esto son sólo excusas...
- 🧠 **“El éxito es ir de fracaso en fracaso sin perder el entusiasmo” , decía Winston Churchill**
- 💻 **¿ Acaso crees que Steve Jobs o Steve Wozniak sabían vender? No.** Jobs lo hacía con la palabra, y Wozniak dejando que su brillante producto se vendiera simplemente mostrándolo. Ambos lograron el éxito juntos. Su primera venta fue en una tienda local, donde la clave fue vender 50 ordenadores ensamblados. Esa venta les mostró el rumbo que debían seguir.
- **Lo que tienes que entender es, primero, que la vida es venta.** Desde tú haciendo amigos, hasta tú en una entrevista de trabajo. Vender tu obra es sólo algo más. Algo inevitable.
- **Y lo segundo, no te asustes por si el dinero te cambia.** Lo único que debe asustarte es si eres buena o mala persona: porque con más recursos exponenciarás todo aquello que ya seas.
- 🏠 **Sólo hay que mirar a Warren Buffett, que sigue viviendo en la misma casa que compró en 1958 por \$31,500.** A lo mejor también te lo encuentras usando cupones de descuento en restaurantes -real-. Tal vez por ello se le considere el mejor inversor de todos los tiempos.

-
- 🎯 **Aplica esta lección:** Si ya tienes algo que vender (obras de arte, infoproductos, libros, etc.) busca en internet estrategias de ventas que le vendrían bien a cada una de ellas. Si empiezas a visualizar los pasos a seguir, te será más fácil comenzar a vender.
 - 🚀 **Contenido de interés:** Bruno Acosta, artista plástico y mentor sobre marketing para artistas, explica en este vídeo cómo aprender a vender tu trabajo creativo.



Existía un panadero al que nadie le compraba pan. Hasta que empezó a contar una historia que le hizo ganar tantos clientes que el resto de panaderías del pueblo tuvieron que cerrar. El hombre empezó a contar por qué se hizo panadero y no pescadero, carnicero, pintor, o cualquier otro oficio. Lo que contó es que, cuando su madre murió, lo único que quedaba de ella era el olor a pan casero que preparaba en casa. Y como la echaba tanto de menos, empezó a hacer pan desde muy pequeño para estar con ella. Gracias a esto, se hizo muy buen panadero. Con tan solo 29 años ya contaba con más de veinte de experiencia en el oficio. Estas historias son las que necesitas para tu negocio, pero hay varias cosas que debes saber para crearlas...

- 🗑️ A esta técnica de vender contando historias se la llama **storytelling**. Una técnica que se lleva usando por siglos, desde las pinturas rupestres, las pirámides, hasta nuestros días.
- 🗣️ **"El storytelling es la forma más poderosa de poner ideas en el mundo"** - Robert McKee.
- 💡 **Elon Musk lo sabe emplear muy bien.** A través del storytelling vendió su proyecto SpaceX como una aventura humana esencial para la supervivencia de la especie. En 2018, SpaceX lanzó el Falcon Heavy por primera vez. Musk eligió enviar su propio Tesla Roadster al espacio con un maniquí llamado "Starman", mientras sonaba "Space Oddity" de David Bowie. Épico.
- 🗣️ **Como artista o emprendedor, tú también tienes tu historia. Lo decía Isak Dinensen: “Ser una persona es tener una historia para contar”. Tu trabajo será buscarla y vender con ella.**
- 🏢 **Pero no sólo las personas deben usar historias** para conectar con su público y vender. Las empresas también tienen que usarlas.
- Por ejemplo: TOMS Shoes vendía zapatillas con su historia "Uno por Uno". Por cada par de zapatos que compras, donan otro a un niño necesitado. Esta potente historia los ha ayudado a resonar con consumidores que valoran la responsabilidad social.
- Otros ejemplo: LUSH, una empresa de cosméticos que no testea con animales, ha enfocado toda su historia en las redes sociales a prevenir sobre los peligros de utilizarlas. Mira. E Ikea, conocida por sus raros anuncios sobre los espacios en casa, lo expresó con la historia del pato.
- 🗣️ **Las historias de estas empresas, unas tirando hacia el humor y otras más “afiladas”, las ayudó a posicionarse. Lo dijo Craig Davis: “El participante [con] la mejor historia gana”.**
- 🤖 **Ahora, para vender con historias debes transmitir bien las ideas.** No basta con redactar bien, tu mensaje debe ser poderoso, conmovir a tu público y hacerles sentir identificados.
- 🗣️ **“El storytelling revela significado sin cometer el error de definirlo.”** - Hannah Arendt
- 🗣️ **O como dice Isra Bravo: “Lo que escribes deja de ser tuyo en el momento en que otro lo lee y lo siente”. Eso debes conseguir. Hacerles sentir tanto que tu mensaje se convierta en el de ellos.**
- 🧑 **Para transmitir esto, tu mejor herramienta para escribir será la empatía.** Entender a las personas, sus emociones, y plasmarlas.
- Por ejemplo: Dove, otra empresa de cosméticos, se centró en la "Belleza Real" para conectar con mujeres descontentas con los estándares de belleza irreales. Crearon anuncios mostrando la diversidad femenina y con ello aumentaron sus ventas.



- U otro ejemplo: Starbucks, donde sus baristas son entrenados para tratar a los clientes con empatía, recordando nombres y pedidos habituales. ¿Así da gusto volver verdad? Lo hacen así.

- **Así lo decía Paolo Flores d'Arcais: “¿Cuál es el requisito indispensable de un diálogo? La capacidad de ponerse en el lugar del otro”.**

- 🔍 **Ahora, para ser empático, a veces necesitarás investigar.** Siguiendo el ejemplo de LUSH, si vas a centrar tu historia en la lucha contra la privacidad digital, ¿cómo lo harás si no sabes lo que le preocupa a la gente, o qué problemas están surgiendo?

- 🎯 **Aplica esta lección:** Escribe tu historia, la que te haga único, la que haya sido el comienzo de tu proyecto, de tu arte, de tu emprendimiento, etc. ¡Y cuéntala en tu web o redes sociales!

- 🚀 **Contenido de interés:** Leonora Vega explica en esta conferencia qué es la empatía y cómo se ejercita para inspirar a otras personas.

- ⬅️ **Lección anterior del libro:** Tu trabajo no acaba cuando das por finalizada la creación de tu obra o producto, sino que es entonces cuando comienza: tienes que vender tu trabajo. ¿Cómo vas a subsistir si no?

● 3/10 Lo imprescindible: La perseverancia

A todos nos encantan las historias de gente que, a pesar de lo mal que lo tuvieron, perseveraron y cumplieron su cometido. En el mundo del copywriting es igual. La mejor forma de mejorar en la venta es vender y que te rechacen montones de veces. De esta forma, te estarás acercando a ese momento en el que algún cliente te diga “me parece bien, acepto”. Y tú te quedes cómo, “¿que aceptas? ¿me aceptas? ¿esta m*erda de propuesta me la aceptas? ¿por qué me aceptas esto?”. Y será ahí, en ese desconcierto y baja autoestima para creer que alguien pueda comprar algo tuyo, donde aprendas algo. Donde te fijas en qué hiciste diferente aquella vez para que funcionara ahora y no antes. Y en el que, gracias a eso, te querrás un poquito más y todo lo siguiente que hagas saldrá un poco mejor. Es así. Así funciona la perseverancia. Perseverar te da sorpresas de esas que hacen que te sientas más confiado para las siguientes veces. Pero hacer el vago y parar, no te da más que desconsuelo, lloros de niño pequeño, y mucha falta de autoestima. No vale para nada. Ahora, si deseas saber cómo hacerlo en el copywriting hazte suscriptor pro que te lo contamos. Tiene trucos y particularidades...

- 💰 **Para vender usando la escritura, tiene que ser buena.** Y para que sea buena, tienes que escribir mucho. Todos los días. Eso es lo que te diferenciará de alguien bueno de uno que no.

- 🗣️ **“El 90% del éxito se basa simplemente en insistir”. - Woody Allen**

- 🗣️ **O como decía Stephen King: “El talento es como la sal de mesa, está en todas partes. Lo que diferencia a la gente que triunfa de la que no lo hace es la perseverancia”.**

- ❤️ **Pero no siempre tenemos días buenos.** Por eso necesitas crear una rutina de trabajo, porque si acostumbras al cuerpo, irá por delante y tirará de ti antes de pensar en abandonar.


- 🏀 **Fíjate sino en Michael Jordan.** El considerado mejor jugador de baloncesto de todos los tiempos no fue seleccionado en su escuela de secundaria. ¿Se resignó? No. Trabajó más duro.



- 🧠 O el mismo Thomas Edison. Su invento más famoso, la bombilla eléctrica, requirió miles de experimentos fallidos antes de lograr una versión viable. De ahí su frase célebre de: *“No he fallado. Simplemente he encontrado 10,000 maneras que no funcionan”*.
- ¿Y qué pasa cuando, aun amando escribir, tengas días malos? Pues aprovéchalo para escribir historias más creíbles. Nadie está viviendo tu vida como tú, saca con eso montones de ideas.
- Por ejemplo: Ernest Hemingway, fue reportero de guerra, pescador, cazador y aventurero, y estas experiencias se reflejan en sus obras. Como "El viejo y el mar" y "Adiós a las armas". Él mismo se refería al acto de escribir como *“sentarse a la máquina de escribir y sangrar”*.
- 💪 **Todo este trabajo suena duro, pero no lo es.** Cuando amas lo que haces, pasa a formar parte de tu vida de forma natural. Tanto, que puede llegar a convertirse en tu fiel compañero.
- 🎵 **Lo demuestra la historia:** Beethoven, por ejemplo, empezó a tocar música desde pequeño. Y a pesar de empezar a quedarse sordo a partir de los 26, no paró jamás de tocar.
- 😊 **Por su parte, Elon Musk comparte su entusiasmo por el futuro**, mediante [Neuralink](#) o Space X. O Gabriel García Márquez, quien decía que trabajaba en el mejor oficio del mundo.
- 🧠 *“La diferencia entre una persona exitosa y otras no es la falta de fuerza, ni la falta de conocimiento, sino más bien la falta de voluntad.” - Vince Lombardi.*
- 🧠 O fíjate en esto otro que dijo Isra Bravo sobre su relación con la escritura: *“Escribir me ha permitido entender que tendré algo maravilloso que hacer toda mi vida”*.
- ⌚ **Y esto importa más de lo que crees.** No saber qué haremos mañana, qué pasará, o quién seguirá con nosotros en la vida, asusta. Saber que la escritura, como trabajo, como personalidad y como compañera, seguirá siempre, reconforta muchísimo.
- 🧠 **Así lo dice un dicho popular de origen árabe:** *“Tres cosas que se deben hacer en la vida antes de morir: tener un hijo, plantar un árbol y escribir un libro”*.
- 💰 **Además, si nos centramos en el arte de escribir**, podemos ver que no necesitamos grandes recursos comparado con el cine, por ejemplo: sólo necesitas un papel, tú, y tu compromiso.
- **Por esto, la escritura, como dice Isra Bravo, es la forma de arte “más salvaje”:** porque no tiene barreras. Puedes hacerlo cuando y donde sea. E invirtiendo poco, puedes llegar a ganar mucho.
- Por ejemplo: E.L. James, autora de "Cincuenta sombras de Grey" comenzó escribiendo *fanfiction* en su tiempo libre. Nadie podría siquiera intuir que luego se adaptarían a la gran pantalla...
- 🧠 *“Un escritor profesional es aquel amateur que nunca se dio por vencido”*. - Richard Bach

-
- 🎯 **Aplica esta lección:** Escribe cada día, al menos, un relato corto de una página. Puedes crearte un reto creativo diario y observar tus dificultades y tus logros.
 - 🚀 **Contenido de interés:** Jordi Sierra i Fabra, escritor, relata en [esta entrevista](#) el impacto que la escritura ha tenido en su vida.



-  **Lección anterior del libro:** Si quieres crear historias que emocionen, que enganchen a la gente, que se vendan... Entonces, tienes que ponerte en la piel de tu lector. Debes empatizar.

● 4/10 ¿Por dónde se empieza una historia?

En el copywriting se usa mucho la técnica del storytelling para vender. Es decir, contar historias que vendan. Y aunque el nombre suene novedoso, lo cierto es que lleva actuando desde siempre. Si miramos las religiones, todas cuentan con historias donde nos venden sus ideas. También cuando hablamos de mitología, cuentos como caperucita roja, o relatos de guerra de los más bravos guerreros que han permanecido hasta nuestros días. Todos estos cuentan con narrativas poderosas que nos convencen de lo que quieran. Y, para que veas su fuerza, son historias que aún hoy, después de siglos, se siguen contando y recordando. Por eso sabemos que las empresas con mejores historias son las que siempre perduran a pesar de los malos tiempos. Porque nos acompañan como nanas que nos contaba nuestra abuela. Ahora, hoy aprendiste que necesitas de una historia poderosa para vender, pero, ¿cuáles son los pasos para crearla?

- 🖐️ **Antes de empezar, conviene saber que la gente sólo lee por dos razones:** por entretenerse o por aprender algo. Por tanto, para atraparles, tienes que centrarte en hacer una de ellas.
- Por ejemplo: con *Moby-Dick* de Herman Melville, te entretienes; pero con *El ego es tu enemigo* de Ryan Holiday, aprendes. ¿Y con *Sapiens*? En este caso él entretiene y enseña. Brillante.
- **Ahora sí, paso 1:** **Antes de iniciar tu historia hazte estas dos preguntas:** (1) ¿De qué va mi historia?, y (2) ¿Qué es lo que voy a contar con ella?
- Por ejemplo: El Club de la lucha va de un tipo con insomnio descontento con su vida. Y lo que quiere contar, o en este caso criticar, es el consumismo y la pérdida de identidad masculina.
- **Paso 2:** **elige los elementos principales de tu narración:** **(a)** Tu intención (lo que quieres conseguir) y **(b)** tu obstáculo (lo que te impide conseguirlo). Y ya, con la historia pensada y la narración esclarecida: **(c)** podemos meternos de lleno a escribir.
- Por ejemplo: En El Rey León la intención de Simba es convertirse en un buen rey y mantener la paz en el reino, el obstáculo es Scar, su malvado tío que quiere apoderarse del trono. Con eso en mente, ya puedes empezar. Es fácil llegar si sabes a dónde vas.
- **Y paso 3:** **para capturar la atención desde la primera línea,** inicia con una Escena Impactante: Puede ser un diálogo intrigante, una acción sorprendente o una descripción evocadora.
- 🗣️ **"La primera frase de un libro es, en mi opinión, la más importante." dijo Gabriel García Márquez. Y un proverbio inglés decía que: "Un buen comienzo hace un buen final".**
- **Ahora, recuerda que tu historia no se venderá si no destaca.** Y la mejor forma de hacer eso es haciendo que el personaje de la historia (o tú si hablas de ti) evolucione y aprenda en el viaje.
- 😓 **Por último, aliviemos algunos miedos:** **(a)** tu historia, solo por ser tuya, es única. Así que si no sabes entretener, al menos, quien te lea, siempre aprenderá algo nuevo: tu vivencia. Y **(b)**, hay gente que también teme que su historia no le interese a nadie, pero las personas nos parecemos entre nosotras. Es decir, que siempre habrá quien conecte con tu historia. Tranquilo.
- Por ejemplo: Anne Frank, conocida por su diario durante la Segunda Guerra Mundial. Ella no pensaba que su historia sería relevante para alguien. No obstante, inspiró al mundo entero.



- 🎯 **Aplica esta lección:** Recurre a tu círculo de confianza para que lean los relatos que vas creando. Pregúntales cómo les han hecho sentir, ¿Consigues emocionarles?
- 🚀 **Contenido de interés:** Luis Francisco Pérez, creador de contenido y experto en cine, explica en [este vídeo](#) como aprender a contar historias interesantes utilizando recursos narrativos.
- ⬅️ **Lección anterior del libro:** Cualquiera puede intentar escribir, pero no todo el mundo puede hacerlo bien. La clave de una buena escritura es amarla y nunca, jamás, dejar de escribir.

● 5/10 Deja de salvar a los demás, humíllalos

La gente ama a los héroes. Pero si te paras a mirar toda la industria de Marvel, verás que ya hemos superado el límite de historias de *súpers* que podemos soportar. Y en el copywriting pasa lo mismo. En lugar de hacer la clásica de empezar a contarle a tus clientes tu historia: de cómo fuiste un pez pequeñito y superaste a los más grandes con X técnicas que a ellos, fíjate, les vendrían muy bien... ¡Conviértete en el villano! Meterte con ellos, por así decirlo, recordándoles todas sus debilidades, sus asperezas, lo mal que los va. Vamos, lo que haría un mal amigo. Para, cuando les tengas derrotados y aturridos, ahora sí, ponerte la capa y decirles: “*Ey, que no soy tan malo. Era sólo un aviso, yo puedo ayudaros...*”. Y les clavas todas tus soluciones y productos. ¡Chas chas! Pero para conseguir esto bien, hay que seguir una serie de pasos...

- Paso **1**: A la hora de vender, céntrate en esas empresas que ya están consolidadas pero que ya no venden tanto como antes. Tendrán una necesidad por cubrir, y ahí es donde entras tú.
- 📄 Por ejemplo: a un periódico de prensa impresa ayúdales a ser online. Así lo hizo [el Periódico de Catalunya](#), que ofrece una copia digital donde se puede ver la edición impresa al completo.
- Paso **2**: **Escribe la historia del villano:** Primero, infórmate sobre la empresa y piensa en tres errores que podrían cometer que tú podrías solucionar (en su facturación, cómo publicitan su producto, etc.). Y después averigua por qué no les va tan bien como antes.
- Por ejemplo: Estudia empresas que estén en una situación similar a la que estuvo Nokia o Blockbuster. Ambas eran líderes en sus sectores, pero tenían una nula visión de futuro: Nokia sucumbió ante el teléfono con pantalla táctil, y Blockbuster no se adaptó al streaming.
- Paso **3**: **Escríbeles desde la cima.** O sea, sobre lo bien que les iba antes, y luego ve bajando, describiendo sus errores poquito a poquito, suave suavecito, y haciéndoles ver sus fallos.
- Paso **4**: **Relaciona las soluciones de estos errores con tu producto o servicio.** No les des una resolución ya hecha. Diles que, si recurren a ti, las solucionarán. Así se vende con historias.
- Paso **5**: **Ahora sí, sé el héroe.** Si estás contándole a tus clientes sobre tu historia y cómo puedes ayudarlos: sé David, el personaje pequeño y humilde que vence al gigante Goliat.
- **¿Y cuál es el objetivo de esta técnica?** Pues que aquel que te lea se sienta identificado contigo y tu historia. Ya que conectamos mejor con aquel ser diminuto que venció al todopoderoso. Como Nemo contra los tiburones, Rocky contra Apollo Creed, o Link contra Ganon.



- Por ejemplo: Cuéntales a tus clientes que tú también pasaste esas dificultades que ellos tienen. Pero que con esfuerzo, y tras 5 años, venciste. (Después del villano, el héroe entra mejor, como cuando Darth Vader volvió a la luz tras haber experimentado la peor de las oscuridades).
- ⚠ **Eso sí, un consejo: no seas victimista.** Nadie siente ninguna conexión hacia un llorón. No hace falta que seas arrogante, se trata de transmitir seguridad, resiliencia y superación.

-
- 🎯 **Aplica esta lección:** Practica tu habilidad para ser el villano del *storytelling* escribiendo cada día una carta a una empresa. Y cuando te veas capaz... ¡Envíala! O envíalas siempre, así verás cuál te funciona y cuál no. No hay mejor forma de aprender que experimentar el resultado.
 - 🚀 **Contenido de interés:** Daniel Castro, guionista, expone en [esta TedTalk](#) la importancia de contar historias y su experiencia en el arte del storytelling.
 - ⬅ **Lección anterior del libro:** Ponerse a escribir puede dar vértigo. ¡Qué miedo, la página en blanco! Pero no temas. Hay técnicas y trucos que nos ayudan a saber cómo comenzar una buena historia.

● 6/10 Lo que NO debes hacer al escribir

Hay mogollón de emprendedores que deciden montar un negocio y contratar a alguien que les escriba la web, los anuncios, los correos... pero quienes hacen esto ya empiezan mal. ¿Por qué? Es evidente que si quieres hacer crecer tu negocio hasta límites estratosféricos, necesitas delegar tareas que te den tiempo para lo importante. Pero resulta que no hay nada más importante como que seas tú quien hable de tu propio negocio. Delega el resto si quieres, pero haz eso personalmente. Si la idea ha salido de ti, no habrá nadie que conozca mejor tu historia que tú mismo para escribir sobre ella. Y si aún estás en proceso de conocer tu negocio, porque acabas de empezar, no hay mejor forma de sumergirte en él que tendiendo que comerte la cabeza escribiendo mil y una formas de hablar de él para venderlo. Porque es ahí, en esa lucha por encontrar las palabras, donde encontrarás los mejores beneficios, los deliciosos detalles, las cosas en las que no profundiza tu competencia porque no se pusieron a escribir. Entonces, de tu negocio: te encargas tú, lo contrario es un error. Pero existen otros igual de importantes que te harán sobresalir si te ocupas de ellos.

- 🧠 **Ernest Hemingway nos diría que escribiéramos borrachos y editásemos sobrios.** Funcionar así, según nosotros, puede ser fatal si lo mantienes en el tiempo. Pero veamos otros errores.
- **Error 1:** Creer que tu negocio puede venderlo otro. Da igual lo bien que escriban. El único que puede contar tu propia historia y conseguir transmitir toda su emocionalidad eres tú.
- **Fíjate en Ben Affleck.** Un ejemplo destacado de alguien que quería dirigir y protagonizar su propia película, y lo hizo con [Argo](#), interpretando a Tony Mendez y ganando tres Oscar.
- **Error 2:** No experimentar el producto ni conocer a los clientes. Si eres tú quien escribe para otros, necesitas empatizar con los compradores y el producto para venderlo de forma personal. Si no vives las historias, te costará transmitir toda la emocionalidad que necesita la venta.
- **Le pasó a Kodak.** Inventaron la cámara digital, pero no capitalizaron esta invención por miedo a cargarse su propio negocio y no querer dárselo a conocer a sus clientes. (Eso sí que les mató).



- **Error 3**: Creer que no tienes nada que contar. Sólo hay que ser un poquito observador para darte cuenta de que en realidad nuestra vida está llena de anécdotas que contar. *Como aquella vez que tu ex... o esa otra cuando el médico te dio el ultimátum de... o cuando tu ex jefe...*
- 🗣️ **"Todos tenemos un libro en nosotros, pero en la mayoría de los casos, ahí es donde se queda."**- Ernest Hemingway.
- **Error 4**: La excesiva seriedad. Está bien querer dar buena imagen, pero una cosa es tomarte en serio tu trabajo, y otra ser serio con tu manera de comunicar cómo funciona tu trabajo.
- Por ejemplo: Un dentista profesional no pierde calidad en su trabajo por mencionarte el nombre de su madre y decirte que te acuerdes de ella cuando te pinche la encía. El tío es bueno, pero también es gracioso y hace que nos acordemos de él para la próxima.
- **Error 5**: No llores. No te excuses diciendo que “para qué escribir si la gente no lee”. La gente lee cuando los motivas a hacerlo. Por eso nos leemos enteros los mensajes interminables de nuestra pareja cuando nos dejan por Whatsapp (o, peor, por SMS).
- 🗣️ **Ya lo dijo Isra Bravo: “Dicen que la gente no lee. Pero es mentira. Lee hasta lo que no lee”.**
- **Error 6**: Intentar vender el producto en vez de su historia. A la gente no le engancha la característica que pueda tener lo que vendes, sino el beneficio emocional que les puede dar.
- Por ejemplo: no vendes una máquina de café que va muy rápido gracias a no-sé-qué tecnología. Vendes que puedes remolonear en la cama un poco más antes de ir al trabajo gracias a que tu cafetera hace el café en 10 segundos. ¿Ves la diferencia?
- **Y no hace falta que pienses mucho.** Distintos productos pueden tener un mismo beneficio. Una tienda ecológica y un patinete eléctrico compartirán el típico “construir un mundo mejor”.
- **Error 7**: Estar demasiado quieto. Eres una persona, no una máquina. Para ti, las experiencias vienen de interactuar con el mundo. Sal ahí afuera y vive. Ahí están las mejores historias.
- 🗣️ **"Si hay un libro que quieres leer, pero aún no ha sido escrito, entonces debes escribirlo tú."**-Toni Morrison. Aplica esta misma frase para las historias que cuentas en tus negocios.

-
- 🎯 **Aplica esta lección:** Sal a caminar y pasa por diversos sitios. Trata de imaginar una historia con beneficio emocional para vender cada cosa que vayas viendo.
 - 🚀 **Contenido de interés:** En este vídeo nos explican qué es el marketing emocional y cómo usarlo en nuestras estrategias de ventas.
 - ⬅️ **Lección anterior del libro:** Vale, ya tenemos claro que queremos crear una historia y hacia dónde orientarla. Pero, ¿cómo la escribimos? Necesitamos ciertos fundamentos base.

● 7/10 La curiosidad, o el arte de ser misterioso



Hay un capítulo en Los Simpson que desvela, de forma magistral, una de las mejores técnicas que hay que usar tanto a la hora de escribir un libro, como a la hora de vender, como a la hora de conocer gente. En este capítulo, el multimillonario Sr. Burns, intenta sobornar a unos inspectores dándoles a elegir entre una lavadora o lo que hay dentro de una misteriosa caja. La lavadora era un valor seguro, algo que podrían querer. Pero el inspector, abandonando toda lógica y profesionalidad policial, grita: “La caja la caja!”. ¡Quiero la caja!. ¿Pero acaso podemos juzgarles? En nuestra especie vive dentro de nosotros una insaciable curiosidad de explorar lo desconocido y desentrañar los misterios. Si eres capaz de trasladar este ejemplo de Los Simpson a tu negocio, conseguirás muchas ventas. Ahora, ¿cómo?

- 🕵 El misterio es un elemento muy muy beneficioso para las ventas. Las ganas de saber más son un motor muy poderoso que atraerá clientes más que ninguna otra estrategia.
- Por ejemplo: Isra Bravo es famoso por meter en sus cartas de ventas imágenes de animales que no tienen nada que ver con lo que habla. No tienen explicación, pero sus lectores crean debates enteros sobre el tema, lo que hace que hablen de él. Es raro, sí.
- 🍕 Lo hacía también Telepizza con “el secreto está en la masa”. De hecho aún hay gente que sigue buscando dentro de la masa. También Apple, conocido por su secretismo en torno a lanzamientos de productos, como cuando presentaron el Iphone.
- 🗣️ *"Empaquetar un producto con misterio es invitar al consumidor a un viaje de descubrimiento. Cada apertura es una revelación."* - Steve Jobs
- !? Pero la idea es que escribas lo que escribas, el lector no deje de preguntarse: ¿Qué pasará después? Si no, perderá el interés y dejará de leer. O lo que es lo mismo: fin de las ventas.
- 🗣️ Fíjate en lo que decía el cineasta Alfred Hitchcock: *"Si hay algo que el ser humano adore de manera innata es jugar. Y uno de sus juegos favoritos es resolver misterios, fabular, tratar de imaginar cómo es aquello que permanece oculto"*.
- 🧠 Ahora, ¿cómo inyectamos misterio? Dos formas: **(1)** Podemos ir soltando información de a poco, para que se imaginen lo siguiente; o **(2)** omitir pequeños datos, huecos por resolver.
- J.J. Abrams lo hace a su forma: con la "caja misteriosa". La usa como estrategia para mantener en secreto la trama de sus películas. Como en "Star Wars: El Despertar de la Fuerza", donde ofreció breves destellos de personajes y escenarios, sin revelar la historia, hypeando al público.
- 😬 Pero no te rayes demasiado, el suspense es algo que se va creando a medida que escribes. Introducir un personaje del que no se sepa mucho, o meter a tus personajes en aprietos difíciles de resolver, son algunas de las técnicas para darle ese toque.
- Por ejemplo: Tesis de Alejandro Amenábar. No te haremos *spoiler*, pero en vez de enseñarnos una escena fatal, el director sólo enfoca a la actriz que mira dicha escena. Vemos su cara, pero no lo que está pasando. ¿Qué estará viendo? ¿Esto no te da curiosidad?
- Otro ejemplo: En la serie Juego de Tronos, su autor George R.R. Martin, no teme matar a personajes principales, lo que mantiene a los lectores en constante suspense sobre lo que sucederá a continuación. Algo que no pasa con el anime de One Piece, donde su autor teme tanto matar personajes que, cuando hace el amago, nadie se lo cree y se carga el suspense.
- 🔄 Otra forma de crear misterio es jugar con las expectativas que tienen de ti y darles la vuelta. Todo lo que esté fuera de lugar, llama la atención, y por tanto, genera curiosidad.



- Por ejemplo: La película “La chica del tren” inicia con la fascinación de la protagonista sobre una chica que ve a diario en el vagón, hasta que desaparece y se convierte todo en un thriller. O que decir de Psicosis, donde Alfred Hitchcock jugó con las expectativas de los espectadores al matar a -spoilers- quien parecía ser la protagonista, Marion Crane, a mitad de la película...

- 🎯 **Aplica esta lección:** Una imagen que no tenga nada que ver con el contenido de tu historia, una frase interesante, ¿de qué maneras se te ocurre que puedes atrapar la atención de quien te lee?
- 🚀 **Contenido de interés:** Araceli Ardón, escritora, expone en [este vídeo](#) varias técnicas de escritura creativa para atrapar la atención del lector.
- ⬅️ **Lección anterior del libro:** Lo lamentamos, nadie es perfecto. Ni siquiera tú. Por eso, cometemos muchos errores al escribir. Y algunos pueden perjudicar nuestras ventas.

● 8/10 Diferénciate del resto, y triunfarás

Existe una antigua autora famosa que usó unas de las técnicas más antiguas de ventas que existen sin percatarse de ello (o sí...). La autora del libro *Orgullo y Prejuicio*, Jane Austen, no usó una increíble estrategia de marketing separada del libro, sino que fue la mismísima historia del libro la que la hizo destacar. ¿Por qué? Pues porque se atrevió a burlarse de las normas sociales de su época que obligaban a las mujeres a casarse para poder subsistir. Sólo se burló, nada más, pero es que la propia burla ya implica reírse de algo que los demás tienen normalizado. Lo que te catapultó hacia arriba. Esa mera burla la hizo distinguirse, convertirse en la rara, que la gente hablara de ella como “mira esta que valiente” o “mira esta que insolente” o “mira que poderosa, quiero ser como ella”. Vender, siempre siempre, implica ser rechazado. Pero tenemos que saber cómo escribir esto en nuestra web y productos, ¿no?

- 🤖 **Mira, hay que perderle el miedo a destacar.** Si lo que escribes puede pasar desapercibido entre la competición, entonces deséchalo. ¡Busca la singularidad!
- 🗣️ ***"Para ser irremplazable, uno debe buscar siempre ser diferente.", decía Coco Chanel.***
- Por ejemplo: Lady Gaga dramatiza todo su mundo: como su música o su forma de vestir. O Rosalía, que llevó el flamenco al público global mezclándolo con géneros como el pop y el trap.
- 🌀 **Si lo piensas, tener un producto fácil de olvidar da trabajo.** Porque levantar algo inerte, muerto, lleva tiempo. Pero tener algo que quieren todos es fácil de trabajar. Lleva poco tiempo.
- 🗣️ ***“Cada vez que te encuentres del lado de la mayoría, es tiempo de hacer una pausa y reflexionar”, decía Marc Twain.***
- 💡 **Dale a aquello que hagas un toque de tu personalidad.** Piensa en cosas que te caractericen e inclúyelas. Si tienes interés por las obras de arte, mete datos raros en tu discurso de venta.
- 🗣️ ***"Me pinto a mí misma porque soy a quien mejor conozco"-Frida Kahlo.***
- 🙌 **El objetivo es que la gente te reconozca, que se acuerde de ti.** Y sí, habrá personas a las que no les guste, pero esas también te recordarán. Entre tanta competencia esto importa.
- 🗣️ ***"La innovación distingue al líder del seguidor." - Steve Jobs***



- 🙄 **Es más, lo normal es encontrar rechazo en tu camino.** Lo habitual es que la gente quiera que no destaques. Como a Michael Jordan, que le decían que era demasiado bajito.
- **Pero no sólo le pasó a Michael Jordan.** El mismo Steve Jobs fue despedido de su misma empresa; el Coronel Harland Sanders, fundador de (KFC), empezó a franquiciar su pollo con 65 años tras miles de rechazos; y Walt Disney despedido como dibujante por falta de imaginación.
- 💡 **Te dejamos aquí una lista de ideas que puedes cambiar para diferenciarte:** lo que ofreces, el nombre de tu negocio, el tono en el que hablas a tus clientes, tu método de distribución, el packaging, la garantía, el precio, tu método de trabajo, etc.
- 📋 **Agarra esa lista y analiza lo que hace tu competencia:** Si tardan mucho en sus envíos pues tú tardas poco. Si sus nombres son largos, el tuyo son dos letras. Si sus precios son bajos...
- 😏 **Eso sí, no se trata de hacer sólo lo contrario,** también vale burlarte de tu competencia.
- Por ejemplo: Burguer King y Mcdonald's con su "[Whopper Detour](#)". Una campaña donde Burger King ofeció a través de su app una Whopper del McDonald's a 1 centavo: risas.

-
- 🎯 **Aplica esta lección:** Seguro que hay ideas que normalmente reprimes por miedo a la reacción ajena. Libera, al menos, una. Empieza a hablar de ella, impleméntala en tus narraciones, muéstrala en tus negocios, etc. ¿Qué cambios ves a tu alrededor?
 - 🚀 **Contenido de interés:** Fernando Romay, exjugador de baloncesto, habla en [esta entrevista](#) acerca del valor de ser diferente.
 - 🏠 **Lección anterior del libro:** Si queremos atraer a gente a nuestras historias, el ingrediente secreto es muy sencillo: El misterio. Pero ¿Cómo introducimos el suspense en nuestra escritura?

● 9/10 Las mejores ideas aparecen caminando

Hay un tipo que desarrolló una técnica infalible para siempre tener ideas, en su caso: para escribir. Y la llamó “el texto drogado”. Esta técnica puedes hacerla tú, aunque te aconsejaremos no hacerla como él, sino de maneras mucho más saludables. Él, lo que hacía para tener ideas, como tantos otros genios, era caminar. Irse solo, él y sus pensamientos, y tirarse andando sin rumbo fijo durante horas. Caminando es como se nos vienen las mejores ideas. Lo que pasa... es que él le añadía a ese paseo un ingrediente más: el opio. Una droga que se saca de una planta de aspecto similar a la amapola, y que le ayudaba a alucinar con miles de ideas. Pero, aquí la lección, es que camines. Es una lección que no nos cansamos de repetir en Libro al día: Es gratis, ayuda a tener ideas, y previene el síndrome del *bornout*. A William Hazlitt también le ayudaba, pero sólo si lo hacía de una determinada manera... ¿sabes cuál?

- 🚶 **Caminar es bueno para escribir.** Aunque te suene extraño, lo cierto es que esta actividad nos permite relajarnos y encontrar la inspiración de manera más fluida.
- 🧠 **"Caminar es una de las mejores maneras de pensar", decía Friedrich Nietzsche**
- Un [estudio](#) realizado en Estados Unidos por las Universidades de Stanford y de Santa Clara, concluyó que el 81% de las personas que participaron experimentaron un aumento en su creatividad cuando caminaron habitualmente sobre una cinta de correr.



- 🖥️ **Lo cierto es que nada interesante puede salir** de pasarte horas y horas frente a una fría pantalla de ordenador. Tu cuerpo necesita moverse, y tu cabeza, que la dejes despejarse.
- 🚶 **Que se lo digan a Charles Dickens**, quien caminaba más de 20 kilómetros en sus caminatas nocturnas por Londres... Estos paseos le ayudaban a combatir el insomnio y le servían de inspiración para las descripciones urbanas y los coloridos personajes de sus novelas.
- **Nosotros también somos el vivo ejemplo de esto:** Si decidiésemos no levantarnos de la silla, parecería que trabajamos más. Pero no. Porque el *bornout* entraría en acción. Necesitamos estirar las piernas cada hora, como tarde, para que el trabajo fluya y las palabras salgan.
- 🗣️ **“Las personas y organizaciones están encaminadas al fracaso, ya que el agotamiento genera un estado de ánimo desfavorable en el equipo, se cometen más errores y las personas están menos comprometidas”**. - Dra. Sahar Yousef.
- 🗣️ **Hagamos, entonces, caso a Isra Bravo: “A medida que paso menos tiempo frente al ordenador y más andando, más dinero gano y lo que hago es de mayor calidad”**.
- 📁 **Además, es que necesitas vivir cosas sobre las que escribir.** Si te quedas entre tus cuatro paredes sólo escribirás cuatro paredes.
- 🗣️ **Alberto Vázquez Figueroa, es famoso por sus novelas sobre América Latina y África: fruto de sus viajes por allí. Decía: “El mundo estaba ahí, y había que salir a verlo, y yo lo vi”**.
- 🗣️ **Algo sobre caminar y viajar también lo llegó a decir David Ogilvy, ante un admirador que le dijo que escribía entre ocho y diez horas diarias: “¡Pobre chico! Debería escribir dos horas y, el resto del día, debería estar buscando cosas sobre las que escribir”**.
- 🗣️ **Robert Louis Stevenson, autor de La Isla del Tesoro y defensor de las caminatas, hablaba románticamente sobre “la delicia de cada inhalación, de cada uno de los músculos de los muslos al tensarse”**. (A su manera poética).
- **Y no era el único.** William Hazlitt, autor de Dr. Jekyll y Mr. Hide, adoraba caminar mientras fuese a solas. Decía que para sentir los beneficios de andar necesitaba estar solo con su cabeza.
- 🚶 **También Virginia Woolf.** Paseaba regularmente por las calles de Londres y los campos de Sussex, paisajes que luego reflejaba en muchas de sus obras.
- **Thomas de Quincey** también caminaba, aunque él consumía opio mientras lo hacía y luego escribía. El “*texto drogado*” lo llamaba. También la *absenta*, conocida como “la hada verde”, fue popular entre los artistas del siglo XIX como Van Gogh y Oscar Wilde. O la psicodelia en los 50’ por los escritores de la Generación Beat, como Jack Kerouac y Allen Ginsberg.
- 🔍 **Pero pongamos que caminar no es lo tuyo.** No pasa nada. Te animamos a buscar cualquier actividad que te motive a salir del despacho. Como un deporte individual o con más gente.
- 🏌️ **Muchos famosos, incluidos deportistas,** practican otras actividades para poder desconectar de su profesión. Usain Bolt el cricket, Michael Jordan el beisbol, y Gareth Bale el golf.
- 🖋️ **Ahora, no olvides jamás tu libreta.** Encuentra en esta actividad la estimulación que necesitas, y recuerda traer tus pensamientos al papel. ¿Qué te ha inspirado hoy?



- 🎯 **Aplica esta lección:** Programa un paseo de media hora en tu rutina diaria para obligarte a salir. Ya de paso, llévate tu libreta y apunta lo que se te vaya pasando por la cabeza.
- 🚀 **Contenido de interés:** Javier Luxor, [en su podcast](#) "The Mind Manager", habla sobre los beneficios que caminar tiene para la estimulación de la creatividad.
- 🔙 **Lección anterior del libro:** A todos nos da miedo destacar. Nos hace vulnerable a la crítica. Pero para ser un buen escritor, y conseguir las ventas que queremos, hay que diferenciarse.

● 10/10 Cómo ser escritor

En su libro, Isra Bravo dijo una de las mayores verdades sobre la escritura y los escritores. Una que, si te la cuestionas, podrás saber si vas por buen camino o no para convertir la escritura en tu profesión. Ya sea como escritor de novelas, cómics, o como copywriter. Dijo: *"No tengas miedo. Escribe. Sólo lo harás grande si el miedo viene de no escribir, no de escribir"*. Gran verdad. Si te levantas por la mañana con unas ansias increíbles por escribir: vas por buen camino. Si te sorprendes algunas noches levantándote a escribir de madrugada porque soñaste con algo increíble: vas por buen camino. Si te da rabia olvidarte la libreta en casa para poder apuntar ideas mientras haces tu día a día: vas por buen camino. Si te pasan cosas así, si te mueres por escribir, si te reconforta saber que la escritura te acompañará siempre: vas por buen camino para ser escritor. Ahora, eso son sólo las señales. Ahora te faltan las técnicas que hay que practicar a diario para favorecer que esas señales aparezcan...

- 📖 **Escribe todos los días. Pero todos.** Da igual lo bien que se te dé escribir, tu escritura no dará beneficio ninguno si no tienes la determinación de crear diariamente.
- 🧠 **"Escribe todos los días, incluso si no tienes ganas", decía Ernest Hemingway.**
- 🙈 **El miedo a la página en blanco es sólo una excusa.** Vale, es posible que escribas una bazofia, y eso abruma. Pero al final, saber que has actuado será tu recompensa.
- 📖 **"El síndrome de la hoja en blanco"** le ocurría al mismo Hemingway. *"No te preocupes, siempre has escrito y volverás a hacerlo ahora"* se repetía a él mismo, y si seguía bloqueado, se iba de cacería. Porque para escribir, es importante también tener hobbies.
- 😞 **Al fin y al cabo, escribir duele.** Te dolerá cada vez que escribas algo que no te gusta y quieras abandonar. Pero intento a intento, al final, tendrás lo que deseas crear.
- 🧠 **Según Simone de Beavoir: "Escribir es un oficio que se aprende escribiendo".**
- **Vale, vale, sabemos que a veces es difícil vencer ese bloqueo.** No juzgamos. Te recomendamos buscar lugares para escribir donde te sientas más inspirado.
- Por ejemplo: Gabriel García Márquez halló inspiración en [Cartagena de Indias](#) para su novela "El amor en los tiempos del cólera", donde los paisajes y la arquitectura de la ciudad influyeron en sus historias. O puedes hacerlo más sencillo como Roald Dahl, que tenía una pequeña vivienda en el jardín de su casa donde escribió Matilda o Charlie y [La fábrica de chocolate](#).
- **Otro truco es escribir a mano si acostumbras a hacerlo digital.** Cambiar de hábitos, lugar de trabajo, o método, suele crear nuevas conexiones neuronales y darte nuevas ideas y relaciones.



- 🕒 **Ahora, para escribir, antes tienes que vivir.** No puedes contar historias si no las has vivido. O sí, si tienes mucha capacidad de inventiva, pero te será más difícil diferenciarte del resto.
- 🌐 **Fíjate en el mismo Hemingway y su frase célebre "*Si quieres escribir, primero debes vivir.*"** Él mismo vivió como periodista en París, viajó por África y combatió en la Primera Guerra Mundial. Estas experiencias se reflejan en sus obras como "El viejo y el mar" y "Adiós a las armas".
- 🗣️ **O Isabel Allende, quien dijo: "*Escribo para contar historias, y las historias vienen de la vida.*"** Ella misma vivió el golpe de estado en Chile, el exilio en Venezuela y la muerte de su hija. Experiencias luego reflejadas en "La casa de los espíritus" y "De amor y de sombra".
- 🗑️ **Pero sobre todo, con tu escritura sé sincero.** No hace falta que digas todo lo que se te pase por la cabeza, pero no finjas algo que no eres. Habrá muchos que te rechacen, pero también personas que conecten contigo y quieran saber más.
- 🗣️ **"El secreto de una buena historia es que tenga que ver con la vida de uno", así lo decía Gabriel García Márquez**
- 🙌 **¿Y cómo se hace esto? Pues confiando en tu propia visión de las cosas y mostrando tu energía propia.** Olvídate de complacer y piensa en tu creación, no en lo que pensarán de ella.
- 📺 Al youtuber Atherion, en su caso, le gusta grabar toda clase de cosas sin juzgar ni pensar para qué las necesitará. Lo hace porque sabe que, un día, podría darlas sentido.
- 🖋️ **Haz lo mismo cuando escribas: Escribe y punto.** Deja que el significado se forme después. Lo primero, ante todo, es escribir y poderlo tener apuntado para no olvidarlo jamás.

-
- 🎯 **Aplica esta lección:** Compra una pequeña libreta que se convierta en una extensión de ti mismo. Llévala a todas partes y oblígate a anotar todo cuanto se te pase por la cabeza.
 - 🚀 **Contenido de interés:** Raquel Brune, escritora, [nos cuenta](#) sus técnicas y consejos para estimular nuestra creatividad y tener más ideas.
 - ⬅️ **Lección anterior del libro:** Los mejores escritores no sólo se pasan horas sentados frente al ordenador. También pausan todo y salen a caminar. Y eso es justo lo que les hace ser mejores.

