

28 DE SEPTIEMBRE DEL 2020

Storytelling para Líderes

José Pablo Valenzuela V.



TODOS LIDERAMOS
CON
historias

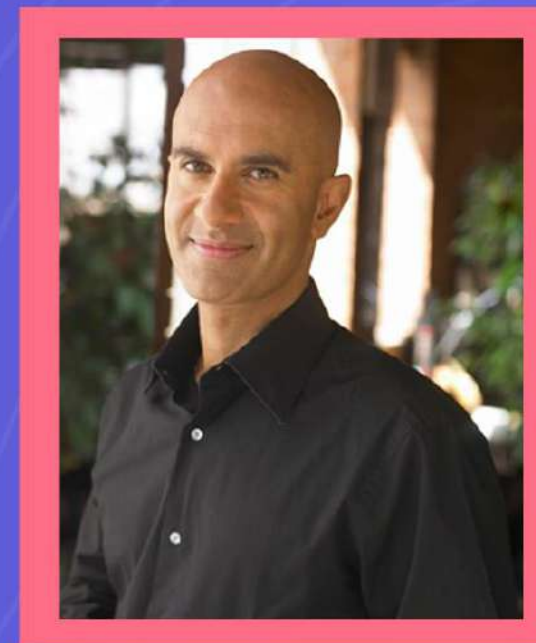




el wey de los tenis rojos



“Eso es porque los cambios duraderos solo se producen cuando cambiamos a un nivel emocional, no a un nivel lógico. Yo quería llegar hasta ti, llegarte al corazón más que hablarle a tu cabeza. Por mucho que oigas una buena idea cien veces, no la asimilarás hasta que de verdad la sientas visceralmente, en tu cuerpo. Solo entonces pasa de ser una idea a convertirse en una verdad. Por eso tantos seminarios y talleres fracasan a la hora de dar resultados duraderos. Porque no llegan dentro.”



Sharma Robin, 2010, El líder que no tenía cargo, México, Editorial Pinguin Random House.



Las ideas

1 Las ideas están hechas para pensar y razonar.

2 Las ideas se venden para convencer y justificar.

3 El mundo está lleno de buenas ideas.

Lo importante no es solamente que ellos escuchen tus ideas, sino que las recurren y que éstas generen una respuesta específica de su parte.

el wey de los tenis rojos





Ideas + Historias = Conexión



el wey de los tenis rojos



Para lograr los objetivos (resultados), debemos asegurarnos de que no sea una capacitación más para el colaborador. Por lo que es indispensable considerar los siguientes puntos:

1) Para cambiar y/o mejorar hábitos en los participantes y lograr desarrollar las competencias, debemos generar mayores experiencias positivas a las que vivieron o les platicaron para generar una creencia nueva y así modificar el comportamiento.

2) Hablarle al inconsciente de los participantes enfocándonos en el ¿Cómo? vamos a comunicar y realizar cada una de las experiencias (hablando los 3 lenguajes: Auditivo, kinestésico y visual).



PIRÁMIDE DE RESULTADOS

el wey de los tenis rojos



¿Qué experiencias le generamos
a nuestros colaboradores?



el rey de los tenis rojos



The Mindtrust Leadership

La radiografía para generar sentido de pertenencia dentro de la organización.



Líder de Área

Confianza

El **propósito** del líder contribuye a la vida del colaborador y suma valor a la empresa.



Empresa



Motivación

La **filosofía** de la empresa suma valor y empodera a los líderes y colaboradores.



Colaborador

Talento

Su **actitud** multiplica su talento para servir sus compañeros y clientes logrando el máximo rendimiento.

el way de los tenis rojos



Todos tenemos una historia que contar



Storytelling

El poder del Storytelling está en que las historias no solo llegan al cerebro, sino al corazón de quien nos está escuchando.





¿Qué es Storytelling?



- Es la manera más efectiva de generar una mayor empatía y conexión emocional tanto con lo clientes como con los equipos de trabajo.
- Dr. Camilo Cruz
- Es una herramienta de comunicación que permite que el emisor del mensaje comunique sus contenidos e ideas de forma potenciada.
- Daniel Colombo
- Es identificar los conflictos de tu público, plasmándolos en una historia para que se puedan ser consciente de ellos y tomen acción para lograr sus metas.

el way de los tenis rojos



¿Por qué contar historias?



- La **acción requiere emoción** y las historias son el combustible preferido de nuestras emociones.
- Nuestro cerebro está diseñado para **recordar historias y perduran 22 veces más** que los datos. Aumenta la recordación un 55%.
- Son inolvidables: Nuestro cerebro no está programado para retener cifras y datos por mucho tiempo, pero **sí para entender y retener historias**.
- Las Historias involucran emocionalmente a quien las escucha: Lo mensajes que comunicamos a través de una buena historia consiguen que nuestra audiencia **se conecte e identifique tanto con el mensaje como con el mensajero**, evocando la sensación de “a mí también me sucede lo mismo” que los invita a confiar en nosotros.
- Son MOTIVADORES: Las personas se van a proyectar en el personaje principal.
- Son PEDAGÓGICOS: Ayudan a que tu audiencia entienda y confíe en tu idea.
- Son LÚDICOS: Érase una vez una historia.
- No IMPONE: Estamos cansados de que nos digan qué tenemos que hacer. **Dejas que las personas saquen sus propias conclusiones**.

el wey de los tenis rojos



Secuencia IN MEDIA RES



1

Desenlace: El proyecto va a cambiar la... (Para luego volver y explicar cómo fue que lo lograron).

2

Presentación: Arrancamos con la presentación, lo que le ocurre al personaje.

3

Nudo: Dónde ocurre el momento o climax principal.

4

Desenlace:Cuál es el éxito o fracaso del protagonista.

el wey de los tenis rojos



ESTRUCTURA NARRATIVA VLADIMIR PROPP



- 01 Reto - agravio:** Se enfrenta a algo inesperado que le genera estrés. Esto me saca de mi zona de confort.
- 02 Mentor:** La persona que sabe cómo ayudarlo e indicarle cómo tiene que superar el reto o agravio.
Objeto Mágico: Lo que ayuda al protagonista a superar ese reto.
- 03 Aprendizaje:** El personaje empieza a aprender a utilizar el objeto mágico. Empieza aprender del mentor y hay un perfeccionamiento de la técnica para enfrentar el reto.
- 04 Batalla:** La batalla final el gran momento donde el personaje se enfrenta solito y tiene que superarlo.
- 05 Recompensa:** El protagonista recibe el beneplácito de su sociedad, sus seres queridos, amigos, etc.

el rey de los tenis rojos



EL CONFLICTO



Conflicto = intensidad dramática | identificación | empatía

1

Conflicto Interno: El personaje con el mismo, que quiere hacer.

2

Conflicto de Relación: El personaje con los demás, con los empresas, competidores o las escuelas.

3

Conflicto con el entorno: Cuando el personaje se enfrenta a no tener recursos para cumplir su sueño o el proyecto.

el rey de los tenis rojos



EL SENTIDO O MORALEJA



La verdad cultural de tu relato atraerá aquella audiencia necesitada de aprender de ella.

Un relato comunica una verdad.

Cada tipo de relato atrae a un tipo de AUDIENCIA.

Las personas reflejan sus miedos en nosotros mismos.

el wey de los tenis rojos



“Tuve que descubrir y entender mi propia historia antes de poder escuchar y ayudar a los demás con las suyas.”

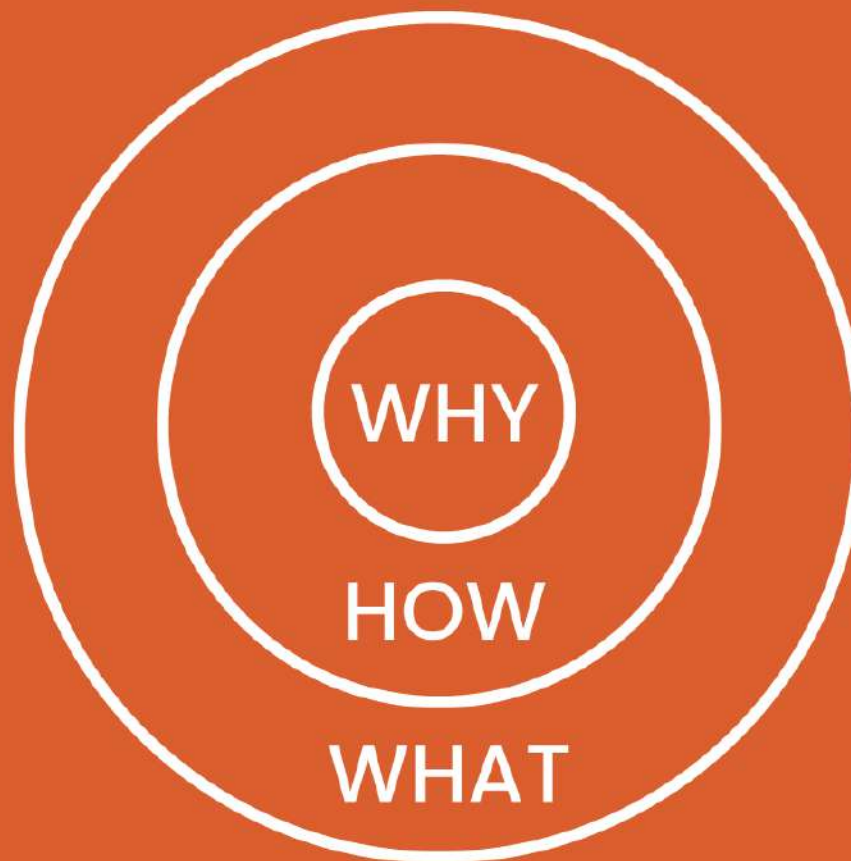
Ft. Barak Obama - Libro El Contador de Historias de Camilo Cruz.



el wey de los tenis rojos



The Golden Circle



el wey de los tenis rojos



DESEMPOLVANDO *Talentos*

el rey de los tenis rojos



VISIONARIO

Cómo comunicar y explicar un proyecto que es intangible y ayudar a tus clientes el valor del mismo.

- Vender una visión, un intangible.
- **Hazles confiar en tu HUMO. Vas a construir una realidad que no existe.**
- Con tu proyecto va a cambiar su vida para mejor.
- Ofrece realidades tangibles.
- Cuanto más detalle des, más tangible será tu proyecto. - HUMO.
- **Cómo mi proyecto va a mejorar la vida de las personas.**



el way de los tenis rojos



EDUCATIVO

Cómo explicar a una persona que no es experta en tu campo de trabajo, cuál es tu proceso de trabajo y cuál es tu visión a la hora de elaborar tu proyecto.

- Para vender tu proyecto y que tus clientes confíen en ti, durante todo el proceso.
- Haz que comprendan el valor de tu trabajo.
- 1ro. Talento.
- 2do. Filosofía de trabajo.
- 3ro. Metodología de trabajo.
- **No utilices jerga profesional, explica de una manera sencilla y fácil de entender.**
- Humaniza el proceso.
- Adelanta las posibles obstáculos y explica cómo superarlos.



el way de los tenis rojos



VALORES EN ACCIÓN

Aprendimos a utilizar tu experiencia profesional y de vida para construir credibilidad a la hora de vender tus proyectos.

- No digas que eres “X”, deja que los demás lo aprecien.
- **Tienen que confiar en ti primero como persona y segundo como profesional.**
- ¿Qué aspectos necesitas destacar de mi?
- Deja que saquen sus propias conclusiones.
- Predica con el ejemplo.
- Da tiempo a que elaboran sus propias preguntas.
- **Es importante que tu equipo conozca tus relatos de valor en acción.** Tienes que compartirlos para que tus colaboradores puedan conocerte mejor (empresa, líderes y departamento).



el wey de los tenis rojos



SÉ LO QUE ESTAS PENSANDO

Cómo afrontar situaciones tensas que pueden poner en peligro la vida o el éxito de tu proyecto profesional.

- Observar a tu interlocutor constantemente.
- Utilizar cada tres minutos: ¿me sigues? | ¿me explico? | ¿hay alguna duda?
- Piensa que te puede distanciar de tu audiencia (pensamientos o ideas que pueden tener en su cabeza).
- Si no te explicas no te entenderán. **Tu obligación es suplir las lagunas de tu interlocutor.**
- **CREO QUE EN ESTO NO ESTOY LOGRANDO CONECTAR CON USTEDES.**



el wey de los tenis rojos



*“Tu locura se convierte en genialidad
cuando tienes el carácter suficiente
de lograrlo.”*

Ft. el wey de los tenis rojos





pablo valenzuela

el wey de los tenis rojos

TLC MAGAZINE MÉXICO

HAGAMOS UN TRUEQUE

PODCAST DE TLC MAGAZINE MÉXICO



Escúchanos en:





ARQUITECTURA ADUANERA

Comercio exterior desde sus cimientos.

UNA ALIANZA DE



T21 mx



TRADE LAW
& CUSTOMS



arquitectura
aduanera



**ENTREVISTAS POR EL
DR. OCTAVIO DE LA TORRE**

 @octaviodlatorre