



STORYTELLING STRATEGY

Cómo se crea un relato de marca con valores

EMPRESA

¿Cuál es el propósito de tu empresa? ¿Como puedes relacionar el propósito con la tensión que has identificado en la sociedad? ¿Cuales serán los valores que inspirarán a tu organización para que persiga su propósito?

NECESIDADES

¿Qué beneficios prácticos aporta la propuesta de tu empresa? ¿Que emociones positivas puede generar? ¿qué visión del mundo y qué valores desprenden de la actividad presente y pasada de tu empresa?

RELATO

Crea un relato usando la estructura narrativa de los mitos. Te preguntarán: ¿quién es el héroe de nuestra historia? ¿qué rol tiene nuestro cliente? ¿cuál es el rol de nuestra marca? ¿quién es el villano de nuestro relato? ¿para qué estamos luchando? ¿cómo sería el mundo si ganáramos en la lucha?

SOCIEDAD

Haz un estudio de las tendencias clave y descubre qué es lo que tiene más preocupado a tu público. También debes conocer cuáles son sus sueños. En la intersección entre preocupaciones y sueño está el terreno fértil donde plantar la semilla de tu historia. Esa intersección la llamamos “tensión”.

PÚBLICO

Considera las habilidades y talentos de tu empresa. ¿A qué sector de la sociedad puede tu organización aportar valor? Qué tipo de público conectará con el propósito y los valores de tu empresa?

CONVERSACIÓN

Analiza la conversación que se desarrolla alrededor de la tensión por un lado y las necesidades de tu público por el otro. De esta forma entenderás lo que es importante y relevante para tu público.

CANALES

Crea un ecosistema de canales para que tu público pueda acceder a tu relato desde diferentes puntos de vista, en condiciones diferentes, y cuando le sea más útil.

Contáctanos para saber como, con una correcta estrategia, puedes crear memes relevantes para tu público.



Contacto: Sylvia Company, scompany@voxpathulilabs.com - tel.: 934 590 269.

www.voxpopulilabs.com