

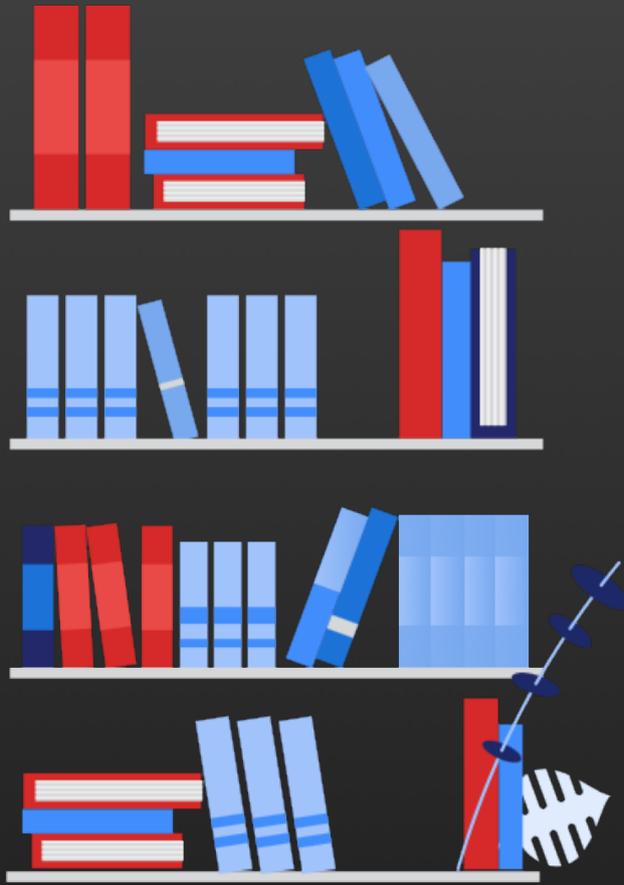
Giuseppe Cavallo

10

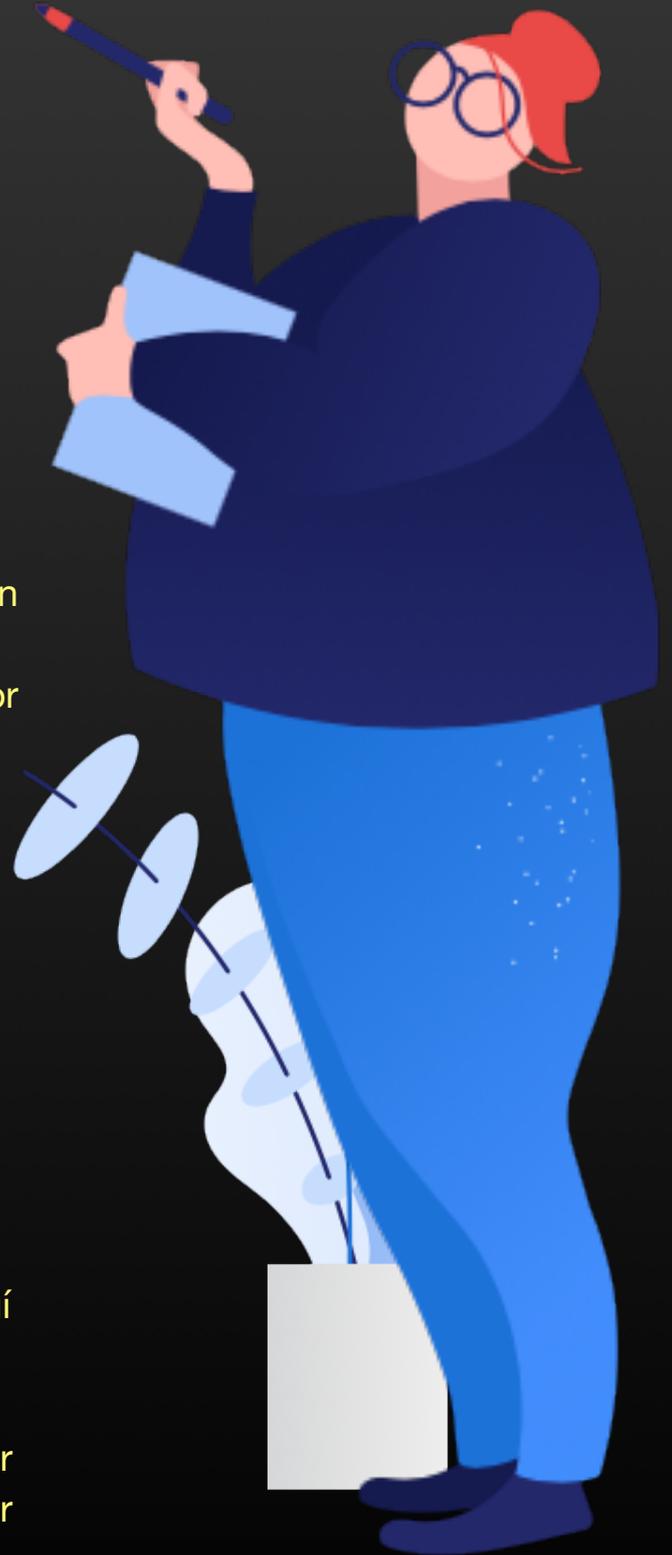
**LAS 10 LEYES  
INMUTABLES  
DEL  
STORYTELLING**



voxpopuli  
Responsible Marketing



El storytelling no se inventó ayer, nació con nuestra especie. Desde siempre contamos historias para comprender mejor el mundo fuera y dentro de nosotros y lo hacemos respetando patrones que han resistido al paso de los siglos y milenios. Las grandes historias de la humanidad, desde los primeros mitos hasta las películas de Netflix, comparten reglas que no cambian en el tiempo. Son reglas inmutables y por tanto son leyes que tienes que respetar. Esas leyes valen también para el storytelling de las empresas y si quieres crear un gran relato de marca, es bueno que las domines. Aquí tienes unos apuntes para saber que existen. Empieza por aquí y sigue investigando, hasta que sepas cómo llegar al corazón de tus clientes para transformar sus vidas.



# La ley del espejo



Las personas a las que comunicas, tus clientes y stakeholders, deben verse reflejadas en el relato de tu marca. Debes representar de forma empática sus problemas, sentimientos, deseos y anhelos. La marca es el espejo de sus clientes.

# La ley del problema



Si no hay un problema, no hay un héroe que luchará y sufrirá para resolverlo. Sin problema no hay historia. Y cuanto más difícil es el problema, tanto más interesante será tu relato de marca.

## La ley del conflicto



El problema genera un conflicto externo (algo que nos impide resolverlo) y otro interno (nuestras resistencias, las creencias y emociones que nos impiden dar el cambio necesario). El conflicto interno siempre es el más interesante y el más importante. Las personas conectan en profundidad con el conflicto interno, porque es el que más duele.

## La ley del deseo



El deseo es la energía que mueve al héroe de tu historia. Es lo que lleva a tu cliente a tomar una decisión y hacer lo que tú le pides. Identifica cuál es el deseo más profundo que tus clientes y stakeholders albergan en su corazón y represéntalo en una forma altamente emocional. Es lo que les hará emprender el viaje hacia tu marca.

## La ley del marco (mental)

# 5



Tu historia vive en la mente de tus clientes y stakeholders. Ellos la interpretan en base a sus creencias, valores, emociones y conocimientos y finalmente la transforman. Esfuérzate para imaginar cómo tu público va a interpretar lo que dirás. No es tan importante lo que dices, como lo que escuchan.

## La ley de la simpleza



# 6

Los grandes escritores de guiones de cine tienen una regla de oro: si no pueden resumir todo el guión en una sola frase, este no es bueno. Lo mismo vale para tu historia. Un solo mensaje fuerte es mejor que dos. Una sola idea potente es más efectiva que dos.

# La ley del doble fondo



Las grandes historias tienen doble fondo. Nos cuentan un hecho concreto y nos hacen reflexionar sobre algo universal que afecta a nuestra propia condición. También tu relato de marca debe tener un significado universal de forma que muchas personas puedan verse reflejadas en ello. Ve más allá de la resolución de un problema concreto, representa la condición humana de las personas a las que quieres convencer.

# La ley de la emoción



Los productos resuelven problemas. Las marcas representan a las empresas. Los relatos de marca emocionan. El rol fundamental de tu relato es el de crear un puente emocional entre tu marca y el corazón de tus clientes y stakeholders. Al crear tu relato de marca concéntrate en las emociones.

# La ley de la utilidad



Tu marca debe ofrecer valor para tener derecho a existir. Lo mismo vale para tu relato: debe servir para algo. Estás usando el tiempo y la atención de tu público: algo escaso y muy valioso. Gánate el derecho de entrar en la vida de tus clientes y stakeholders, deja una huella emocional, haz que la próxima vez que vean tu logo quieran saber qué les cuentas.

# La ley de la transformación



Lo decía Einstein: no puedes resolver un problema desde el nivel de conciencia en el que se ha creado. Si quieres tener impacto con tu relato de marca, debes cambiar algo en la mente y en el corazón de tus clientes. Debes transformar su manera de pensar y sentir.

## APRENDE A USAR EL STORYTELLING DE FORMA ESTRATÉGICA

Profundiza el conocimiento de las herramientas poderosas del storytelling al leer el último libro de Giuseppe Cavallo: Habla con el corazón - Storytelling para líderes y marcas en tiempos de cambio.

En el libro aprenderás las técnicas más avanzadas de construcción de narrativas y por qué funcionan. Así que podrás hacer un uso estratégico de tus relatos, llegando al corazón de tus colaboradores y de tus clientes.



Encuentra el libro aquí: <https://bit.ly/340MG6c>  
o bien en Amazon: <https://amzn.to/2W7ywMi>

Giuseppe Cavallo es el autor de Habla con el Corazón. Storytelling para Líderes y Marcas en Tiempos de Cambio. Compra [aquí](#) su libro para profundizar en el arte de crear grandes historias de marca.

## Conoce a Giuseppe.



Giuseppe Cavallo es el fundador de Voxpopuli. Lo que has leído en este documento refleja su visión de un marketing responsable y humanista.

Se formó profesionalmente en dos grandes multinacionales, consideradas las “naves escuela” del marketing a nivel global. En Colgate Palmolive y en Nissan, donde lideró el team de marketing europeo que participó en el desarrollo del top-ventas Qashqai, creando con éxito un nuevo segmento en el mercado del automóvil. En Nissan transformó la manera como la casa efectúa la comunicación de producto a los medios de comunicación; estableció la estrategia de vehículos comerciales como director de marketing Europa; ganó el prestigioso premio International Van of the Year; creó y lideró el gabinete de comunicación global de la división de vehículos comerciales.

Desde 2012 ha puesto sus conocimientos a disposición de marcas que se guían por

valores. Con Voxpopuli ha contribuido a que cambios radicales acontezcan en la comunicación de marcas que operan en diferentes mercados como el de la alimentación ecológica, cosmética, farmacia, fitofarmacia, repostería, consultoría, tercer sector, plataformas tecnológicas, sector público y más.

En 2020 ha co-fundado Reframerebel, que ofrece asesoría estratégica a los líderes de empresas con una mirada sistémica que abarca personas, business y marca.

Giuseppe es visiting lecturer en prestigiosas instituciones universitarias.

En 2020 publica Habla con el Corazón - Storytelling para líderes y marcas en tiempos de cambio. Es su segundo libro. El primero lo publicó en 2015: se titula El Marketing de la Felicidad y es un manifiesto para la difusión de una nueva cultura del marketing. Es también co-autor de Brands with a Conscience y Diseña Tu Futuro.

Es miembro fundador de la Fundación Capitalismo Consciente y miembro del think tank internacional sobre marcas conscientes Medinge Group. Da conferencias y a menudo le entrevistan para ofrecer su punto de vista en asuntos de estrategia de marketing y storytelling.



Giuseppe ofrece workshops de formación en storytelling y consultoría de brand strategy y comunicación.

Contacta con él para saber más.

[hello@voxpathulilabs.com](mailto:hello@voxpathulilabs.com)

Visita la web [aquí](#).