

New

Del storytelling al storyselling: la historia de tu marca

Diseña el relato de tu marca que convierte audiencias en clientes

 Presencial



1 día (7 horas)

Precio 1er inscrito : 1.100,00 € IVA exento
2º inscrito y sucesivos 990,00 € IVA exento
Bonificable por asistente: 91,00 €
Precio In-Company : 4.800,00 € IVA exento
Bonificable por grupo de 10 asistentes: 910,00 €

Ref.: 9503

¿Tu marca pasa desapercibida a pesar de todos tus esfuerzos de comunicación?

Vivimos rodeados de más de 3.000 impactos publicitarios diarios, y el 98% no consigue ni una mirada. Si quieres dejar de ser parte del ruido y empezar a conectar de verdad, necesitas una historia que atrape, emocione... y venda.

En este taller descubrirás cómo transformar tu relato de marca en una poderosa herramienta de ventas, sin fórmulas mágicas, solo aplicando las claves del storytelling al contexto comercial real. Prepárate para reescribir tu historia con un propósito claro: influir en la decisión de compra de tu audiencia.

Dirigido a:

- Profesionales del marketing, comunicación, publicidad, branding y desarrollo de negocio. Ideal para responsables de marca, directores de contenido, consultores, emprendedores o cualquier persona que necesite renovar su relato para vender más y mejor.

Liámanos
91 270 51 10

Contenido

Durante una jornada intensiva y con un enfoque totalmente práctico, este taller te proporciona herramientas reales para aplicar el **storytelling estratégico** en tu comunicación de marca. Trabajarás sobre tu propio caso, analizando, redefiniendo y construyendo una historia que conecte con tus clientes y genere conversión.

1. Diagnóstico de marca: fortalezas, debilidades y claves de posicionamiento

Analizaremos el ADN de tu marca para identificar los valores diferenciales, el propósito de marca y los elementos narrativos que generan autenticidad. Este ejercicio permite clarificar la propuesta de valor y detectar oportunidades narrativas poco explotadas.

2. Análisis de competidores: identificar roles en la categoría y detectar oportunidades

Realizaremos un benchmark cualitativo de tu sector para comprender cómo comunican otras marcas dentro de tu categoría. Estudiaremos sus narrativas, tono de voz, posicionamiento y elementos visuales, con el objetivo de descubrir espacios diferenciales donde tu historia pueda destacar.

3. Perfilado de audiencia: definición de "buyer persona" y su recorrido de compra

Aprenderás a construir retratos realistas y accionables de tu audiencia a través de herramientas como el **customer persona** y el **customer journey map**. Conocer cómo piensa, siente y actúa tu público objetivo es clave para construir una historia que resuene con sus motivaciones profundas y puntos de dolor.

4. Encuentro del "sweet spot": alinear lo que tu marca quiere decir con lo que tu público quiere escuchar

El momento clave del taller: identificar el punto de conexión entre tu propuesta y las expectativas del consumidor. Ahí nace el relato relevante. Trabajaremos sobre el discurso de marca para asegurarnos de que cada mensaje sea coherente, atractivo y memorable.

5. Desarrollo de un territorio visual: crear un moodboard estratégico

Visualizarás el universo simbólico y estético de tu marca con un moodboard que sintetiza los valores, emociones e identidad visual. Este recurso es esencial para garantizar coherencia en campañas de comunicación, branding digital y producción de contenidos multimedia.

6. Construcción de una narrativa accionable: usar el storytelling canvas

Finalizaremos utilizando una herramienta práctica para estructurar tu relato en distintos momentos del funnel: atracción, consideración, conversión y fidelización. El **storytelling canvas** te permitirá ordenar mensajes, definir formatos y adaptar la historia a diferentes canales (web, redes, email marketing, presentaciones...).

Impartido por Javier Regueira

Javier es experto en marketing y comunicación, conferenciante, autor y fundador de Branded Content Marketing Association España, destaca por su enfoque innovador en la creación de contenidos de marca que conectan emocionalmente con el público, evitando la publicidad intrusiva.



Objetivos de la formación

- Entender el papel estratégico del storytelling en marketing y ventas.
- Redefinir la narrativa de marca para ganar relevancia y diferenciación.
- Conectar emocionalmente con la audiencia y mejorar la conversión.
- Identificar oportunidades narrativas frente a la competencia.
- Diseñar una historia coherente, memorable y accionable.



Competencias de la formación

- Influencia narrativa
- Visión estratégica
- Orientación al cliente
- Creatividad aplicada
- Comunicación persuasiva



Beneficios adicionales

1. Aprender a diseñar un relato de marca que realmente vende

Dejarás de contar lo de siempre para construir una historia que conecte emocionalmente y active la decisión de compra. Pasarás del simple storytelling al **storyselling**: una narrativa estratégica diseñada para captar atención, generar confianza y convertir.

2. Aplicar herramientas profesionales sobre tu propia marca desde el primer minuto

No es teoría, es práctica. A lo largo de la jornada trabajarás directamente sobre tu caso real con dinámicas como el **storytelling canvas**, el **moodboard estratégico** y el **buyer persona**, obteniendo un relato sólido, coherente y accionable.

3. Detectar oportunidades narrativas donde tu competencia aún no está mirando

Analizarás el entorno competitivo desde una óptica narrativa para descubrir espacios de diferenciación auténticos. Sabrás qué decir, cómo decirlo y cuándo decirlo para destacar en un mercado saturado.

4. Fortalecer tu posicionamiento con una narrativa coherente y transversal

Construirás un relato que funcione en todo el embudo de conversión y en todos los canales: web, redes, email, presentaciones. Ganarás consistencia de marca, reforzarás la experiencia de cliente y aumentarás tu impacto comercial.



Fechas y ciudades 2026 - Référence 9503



Últimas plazas



Edición garantizada

Madrid

el 26 feb.

el 28 may.

el 12 nov.