



CONTENT 101

Tips y formas de configurar el contenido
para que tenga sentido a nivel de storytelling de marca

“We tell ourselves stories in order to live.”

Daniela Sendoya García- Directora Creativa
@la.dois

01



Pero primero...

¿Qué es el Storytelling de Marca?

El storytelling **no es subjetivo**: es una herramienta psicológica que moviliza al usuario o cliente de una marca.

Esas movilizaciones pueden ser:
Racionales (descuentos, valores, etc).
Emocionales o instintivas (pertenencia o conexión)

El storytelling de marca busca:
Narrar de forma atractiva un “algo” sobre la marca.
Su objetivo es el **reconocimiento de marca** a través de una historia fácil de entender.

Es una herramienta que **busca despertar acciones** en quien ve el contenido.
Busca conexión y cambios a través de una justificación **emocional, sensorial o racional**.

“We tell ourselves stories in order to live.”

Daniela Sendoya García- Directora Creativa
@la.dois



Dicho esto...

**Aquí un Toolbox Conceptual
para aplicar el storytelling
de marca estratégicamente**

"We tell ourselves stories in order to live."

Daniela Sendoya García- Directora Creativa
@la.dois



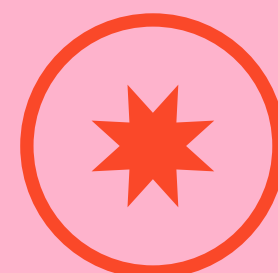
Toolbox Conceptual

En caso de emergencia creativa, usa cualquiera de estas herramientas.

01

Plano cartesiano

Bueno para contextualizar:
¿Para qué estoy haciendo esto?



02

Pirámide emocional

Bueno para estrategia de contenido
¿Qué va primero, qué va después?



03

12 Preguntas

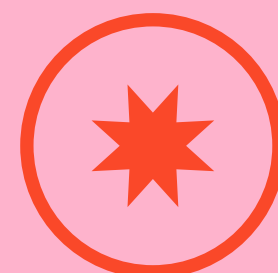
Bueno para estructura del video:
¿Esto tiene sentido para los demás?



04

21 Contenidos antes de...

Bueno para inspiración e ideas
¿Ahora qué quiero contar?



“We tell ourselves stories in order to live.”

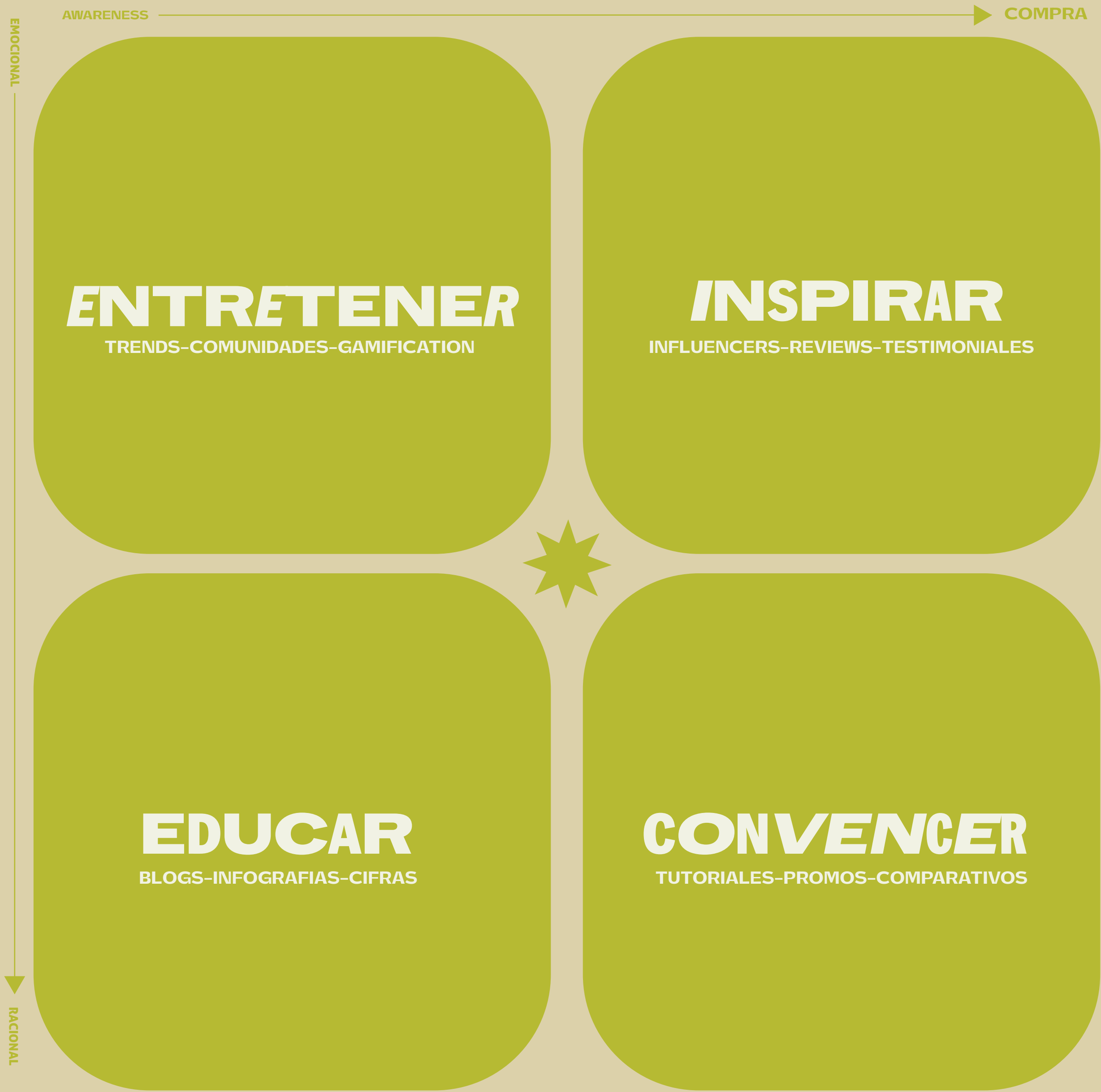
Daniela Sendoya García- Directora Creativa
@la.dois

04



PLANO CARTESIANO

Toda pieza de contenido vive en algún punto de estos dos ejes.
Pregúntate: ¿para qué estoy haciendo esto?



REGLA PRÁCTICA

Ubica primero tu objetivo en el eje horizontal (¿awareness o compra?) y luego el tono en el vertical (¿emocional o racional?). Ese cruce te dice qué tipo de contenido crear.

“We tell ourselves stories in order to live.”

Daniela Sendoya García- Directora Creativa
@la.dois



PIRÁMIDE EMOCIONAL

¿Qué motivación emocional mueve tu contenido?
De necesidades funcionales a propósito de marca.



REGLA PRÁCTICA

Se construya de abajo hacia arriba. Una vez estén “satisfechos” los contenidos de la base de la pirámide, se sigue a la siguiente fase.

“We tell ourselves stories in order to live.”

Daniela Sendoya García- Directora Creativa
@la.dois



12 PREGUNTAS

Toda idea de video, antes de empezar, debe reponder estas 12 preguntas clave. Si lo logras, es muy probable que tu vídeo sea exitoso.

01

¿Por qué hacer este video?

02

¿Cuál es la audiencia?

03

¿Qué debemos decir?

04

**Tienes pruebas?
¿Las necesitas?**

05

¿Por qué debería importarnos?

06

¿Quién va a hacer qué y cuándo?

07

¿Qué quieres que tu audiencia haga con él?

08

¿Cómo vas a emocionar a tu audiencia?

09

¿Cómo vas a medirlos los resultados?

10

¿Qué tan largo debería ser?

11

¿Dónde será visto?

12

¿Quién debería estar en él?

REGLA PRÁCTICA

¡Respondelas por escrito, no solo en tu cabeza!

“We tell ourselves stories in order to live.”

Daniela Sendoya García- Directora Creativa
@la.dois

07



21 CONTENIDOS

Que todos queremos ver antes de morir
Hagamos contenido que....

- ★ Nos recuerdan que la vida es corta
- ★ Los sueños se hacen realidad
- ★ Nos dan fe en cosas mayores
- ★ Nos recuerdan lo que vale la pena
- ★ Nos ayudan a recordar lo básico
- ★ Tienen finales inesperados
- ★ Nos cuentan una historia
- ★ Nos llevan de viaje
- ★ Nos inspiran a tomar acción
- ★ Nos hacen sonreír o reír
- ★ Nos hacen llorar (de felicidad o tristeza)

"We tell ourselves stories in order to live."

Daniela Sendoya García- Directora Creativa
@la.dois



21 CONTENIDOS

Que todos queremos ver antes de morir
Hagamos contenido que....

- ★ Revelan secretos
- ★ Nos sorprenden
- ★ Nos invitan a no rendirnos
- ★ Nos recuerdan lo que vale la pena
- ★ Nos recuerdan que somos únicos
- ★ Nos muestran que hay más
- ★ Confirman nuestras sospechas
- ★ Retan lo que asumimos de la vida
- ★ Nos educan mientras nos entretienen
- ★ David vence a Goliath
- ★ Dan un punto fresco de vida sobre lo común

“We tell ourselves stories in order to live.”

Daniela Sendoya García- Directora Creativa
@la.dois



¿TRABAJAMOS JUNTOS?

Esta guía es parte de cómo pienso el contenido.
Si quieres verlo aplicado visita
danielasendoya.com

“We tell ourselves stories in order to live.”

Daniela Sendoya García- Directora Creativa
@la.dois