



Curso Online de  
**Storytelling para Presentaciones,  
Marketing, Ventas y Negocios**

*Para aprender a estructurar historias impactantes con las que conectar de manera auténtica y efectiva con nuestra marca, empresa, producto o servicio.*

  
Iniciativas Empresariales  
| estrategias de formación

  
MANAGER  
BUSINESS  
SCHOOL

Tel. 900 670 400 - [attcliente@iniciativasempresariales.edu.es](mailto:attcliente@iniciativasempresariales.edu.es)  
[america.iniciativasempresariales.com](http://america.iniciativasempresariales.com)

Sede Central: BARCELONA - MADRID



Llamada Whatsapp  
(34) 601615098

## Presentación

Todos hemos conocido historias que nos hacen emocionar y con las que nos conectamos más allá de lo que hubiéramos podido imaginar. Y esto no solo ocurre en los libros o en el cine; también hemos conocido grandes líderes de la industria, y hasta personas comunes con la capacidad de contar historias de una manera muy poderosa.

¿Pero qué pasaría si nos dijeran que, aunque esto parece ser un don natural reservado para unos pocos, existen técnicas y herramientas con las que también podemos aprovechar el poder del storytelling en nuestra empresa, sin importar a qué nos dediquemos?

Pues de eso se trata este curso, de conocer los secretos que hay detrás de las historias con las que todos nos conectamos y de obtener los súper poderes que nos van a permitir aplicar efectivamente el storytelling en el día a día de nuestro negocio, desde la concepción de la historia hasta su presentación ante clientes, compañeros de trabajo, socios o público en general; para que seamos los (las) protagonistas de nuestra propia historia de crecimiento.

## La Formación E-learning

Los cursos online se han consolidado como un método educativo de éxito en la empresa ya que aportan flexibilidad al proceso de aprendizaje, permitiendo al alumno escoger los momentos más adecuados para su formación. Con más de 35 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

- 1 La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado para su formación.
- 2 *Interactuar* con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.
- 3 *Aumentar sus capacidades* y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.
- 4 *Trabajar* con los recursos que ofrece el entorno on-line.

# Storytelling para Presentaciones, Marketing, Ventas y Negocios

## Objetivos del curso:

---

- Entender el poder de las historias y sus dinámicas de creación para aprovecharlas en el contexto de nuestra empresa.
- Obtener las habilidades necesarias para integrar el storytelling al proceso de venta o socialización de productos, servicios, ideas y marketing en general.
- Proporcionar consejos y trucos para hacer que nuestras historias de marca, producto o personales sean más atrapantes.
- Aprender a estructurar el storytelling de nuestra marca, proyecto, productos y servicios, sin importar el medio en el que tengamos que expresarlo.
- Fortalecer nuestras habilidades como storytellers de cara a las presentaciones ante clientes potenciales, actuales o nuestra comunidad profesional y/o personal.
- Potenciar nuestras habilidades a la hora de crear presentaciones atractivas, eficaces y eficientes.
- Conocer fundamentos de Data Storytelling que nos permitirán ser más persuasivos y efectivos en el uso de datos en nuestras presentaciones.
- Asimilar criterios que nos permitan evaluar la efectividad de nuestros esfuerzos en storytelling.
- Conocer fundamentos de diseño con los que optimizar la parte visual de nuestras presentaciones.
- Conocer las variables que nos permitirán incorporar con éxito el storytelling como parte de la cultura organizacional.
- Interiorizar lógicas y fundamentos para extrapolar el poder de las historias a otros aspectos de la vida como el trabajo en equipo o la marca personal.
- Mejorar los procesos de pensamiento y capacidades creativas para ayudarnos a ser más efectivos en la resolución de problemas.

“Herramientas prácticas para construir historias que inspiren y potencien el impacto, la confianza y los resultados de su marca”

## Dirigido a:

---

Todos aquellos directivos y profesionales que deban realizar presentaciones ante clientes, miembros de su propia empresa, comités ejecutivos y socios o público en general y quieran mejorar sus habilidades comunicativas y de presentación aplicando el arte del storytelling en cualquier contexto empresarial.

# Storytelling para Presentaciones, Marketing, Ventas y Negocios

## Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 80 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

### Manual de Estudio

9 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

### Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

### Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

**Bibliografía y enlaces** de lectura recomendados para completar la formación.

## Metodología 100% E-learning



### Aula Virtual \*

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



### Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



\* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

## Contenido del Curso

### MÓDULO 1. SPOILER ALERT: un storyteller está leyendo esto (Introducción al Storytelling)

4 horas

- 1.1. El poder de las historias.
- 1.2. El efecto de las historias en nuestro cerebro.
- 1.3. A qué ayuda el storytelling:
  - 1.3.1. El storytelling ayuda a solucionar problemas.
  - 1.3.2. El storytelling ayuda a construir equipo, confianza y liderazgo.
  - 1.3.3. El storytelling ayuda a vender ideas.
  - 1.3.4. El storytelling acelera la innovación.
  - 1.3.5. El storytelling ayuda a clarificar prioridades.
  - 1.3.6. El storytelling ayuda a entretener.
  - 1.3.7. El storytelling ayuda a conducir investigaciones.
  - 1.3.8. El storytelling ayuda a ganar ventaja competitiva.
- 1.4. Tipos de storytelling.

### MÓDULO 2. ESTA HISTORIA SE ME HACE CONOCIDA, ¿EH? (Las historias que siempre contamos)

8 horas

- 2.1. Las 6 historias de Hollywood.
- 2.2. Las 7 tramas básicas de Christopher Booker.
- 2.3. Las 20 tramas maestras de Ronald B. Tobias.
- 2.4. Las 31 funciones de Propp.

### MÓDULO 3. AHORA HABLEMOS DE NEGOCIOS (Storytelling de negocios)

4 horas

- 3.1. Tipos de storytelling en ventas y marketing.
- 3.2. Tono y voz de marca.
- 3.3. Los 8 poderes que impulsan a las historias.

## 3.4. La Big Idea:

3.4.1. Los 3 componentes de una Big Idea.

3.4.2. Las 4 características críticas de una Big Idea.

## MÓDULO 4. ¡HAGAMOS HISTORIA!

### (Las 6 etapas de la construcción de historias de marca)

20 horas

#### 4.1. El universo.

#### 4.2. El / la protagonista:

4.2.1. ¿Quién no es el héroe de la historia?

4.2.2. ¿Quién sí es tu protagonista?

4.2.3. Características del (de la) protagonista.

4.2.4. La relevancia.

#### 4.3. Las fuerzas del mal:

4.3.1. El villano.

4.3.2. Los tres niveles de conflicto.

#### 4.4. El mentor y el arma secreta:

4.4.1. El mentor.

4.4.2. El arma secreta.

4.4.3. Los argumentos.

#### 4.5. El momento de la verdad:

4.5.1. El llamado a la acción.

4.5.2. El clímax.

#### 4.6. Un nuevo comienzo:

4.6.1. El éxito.

4.6.2. La importancia de la transformación.

#### 4.7. Las 6 etapas en un solo formato.

#### 4.8. El orden de los factores sí altera el resultado.

4.8.1. Aproximación desde el contexto.

4.8.2. Aproximación desde el conflicto.

4.8.3. Aproximación desde el/la protagonista.

4.8.4. Aproximación desde el producto o servicio.

4.8.5. Aproximación desde la tierra prometida.

#### 4.9. Tu historia en el día a día del marketing.

## MÓDULO 5. ¡MUÉSTRAME LOS DATOS! (Fundamentos de Data Storytelling)

12 horas

El Data Storytelling es un arte que permite comunicar insights de manera más efectiva porque, en lugar de simplemente presentar gráficos o cifras, se utiliza una historia para contextualizar los datos, haciendo que sean más comprensibles y memorables. Es importante tener en cuenta el contexto en el que se van a presentar estos datos para poder garantizar que sean relevantes para nuestra audiencia y para la historia que estamos contando.

### 5.1. ¿Qué es el Data Storytelling?

### 5.2. Haz que los datos cuenten una historia:

- 5.2.1. Entiende el contexto.
- 5.2.2. Elige una visual que cuente bien tu historia:
  - 5.2.2.1. Desviación.
  - 5.2.2.2. Correlación.
  - 5.2.2.3. Clasificación (Ranking).
  - 5.2.2.4. Distribución.
  - 5.2.2.5. Cambios en el tiempo.
  - 5.2.2.6. Magnitud.
  - 5.2.2.7. Parte de un todo.
  - 5.2.2.8. Espacial.
  - 5.2.2.9. Flujo (Flow).

### 5.3. Despeja y enfoca la atención:

- 5.3.1. Despeja.
- 5.3.2. Enfoca.

## MÓDULO 6. A ARMAR LA PRESENTACIÓN (Fundamentos de Storytelling en presentaciones)

10 horas

No existe una presentación capaz de llenar los vacíos de una historia. Presentar es un arte que exige una sinergia entre lo que se muestra y lo que se dice. Por ello, es importante no perder de vista el contexto del material visual para poder tomar mejores decisiones de diseño.

### 6.1. Diseña:

- 6.1.1. Paleta de color y fuente:
  - 6.1.1.1. Paleta de color, de acuerdo con la historia.
- 6.1.2. Jerarquías visuales.
- 6.1.3. Imágenes, diagramas y medios audiovisuales:

- 6.1.3.1. Imágenes.
- 6.1.3.2. Diagramas.
- 6.1.3.3. Medios audiovisuales.

## **6.2. Examina y confirma:**

- 6.2.1. Orden e impacto.
- 6.2.2. ¿Es suficientemente visual?
- 6.2.3. Despeja, sí, de nuevo.

## **MÓDULO 7. ¿Y SI MIS HABILIDADES SON UNA HISTORIA DE FICCIÓN?**

10 horas

### **(Tips para ser un mejor storyteller)**

#### **7.1. Habilidades básicas que todo storyteller debe tener:**

- 7.1.1. Análisis.
- 7.1.2. Descubrimiento.
- 7.1.3. Creatividad.
- 7.1.4. Comunicación.

#### **7.2. Habilidades de presentación:**

- 7.2.1. La primera impresión.
- 7.2.2. Preséntate.
- 7.2.3. El lenguaje corporal y la forma como hablas:
  - 7.2.3.1. Lenguaje corporal.
  - 7.2.3.2. La forma como hablas.
- 7.2.4. Tómatelo personal:
  - 7.2.4.1. Comparte una historia personal (o de tu empresa).
  - 7.2.4.2. Sé transparente.
  - 7.2.4.3. Balancea la emoción.
  - 7.2.4.4. Crea contraste.
  - 7.2.4.5. Crea imágenes mentales.

#### **7.3. Anticípate a los problemas:**

- 7.3.1. Practica en voz alta.
- 7.3.2. Planea el principio y el final.
- 7.3.3. Pide feedback.
- 7.3.4. Grábate, cronométrate y evalúate.
- 7.3.5. Prepara los equipos y conoce el lugar donde vas a presentarte.

## MÓDULO 8. HAZ HISTORIA EN TU EMPRESA (Storytelling, cultura corporativa, análisis y medición)

6 horas

El storytelling de negocios logra su máximo desempeño cuando logra instalarse en la cultura organizacional de una compañía. Hacerlo parte de sus presentaciones y de su comunicación logra grandes cambios, pero si es el único que lo pone en práctica estaría perdiendo la oportunidad de aprovechar su poder a mayor escala.

### 8.1. Storytelling como parte de la cultura corporativa:

- 8.1.1. CEOs, propietarios, etc.
- 8.1.2. Managers / Directores.
- 8.1.3. Todo el equipo.

### 8.2. Análisis y medición:

- 8.2.1. Define tus objetivos.
- 8.2.2. Mide el impacto emocional.
- 8.2.3. Mide el alcance y la participación:
  - 8.2.3.1. Alcance, vistas e impresiones.
  - 8.2.3.2. Tasa de clics (CTR).
  - 8.2.3.3. Likes, comentarios y compartidos.
  - 8.2.3.4. Tiempo de permanencia.
  - 8.2.3.5. Engagement ratio.
  - 8.2.3.6. Tasa de conversión e impacto en ventas.
  - 8.2.3.7. A/B Testing.
  - 8.2.3.8. Herramientas para medir la efectividad del storytelling.

## MÓDULO 9. UNA ÚLTIMA PREGUNTA: ¿Y AHORA QUÉ SIGUE? (Tendencias, variantes y casos de éxito en Storytelling)

6 horas

### 9.1. Tendencias relacionadas con cambios culturales.

### 9.2. Tendencias relacionadas con la interacción.

### 9.3. Tendencias relacionadas con tecnología.

### 9.4. Otras variantes de storytelling:

- 9.4.1. Storydoing.
- 9.4.2. Storyselling.
- 9.4.3. Storyliving.
- 9.4.4. Storyframing.
- 9.4.5. Storybranding.

9.4.6. Storymapping.

9.4.7. Storyscaping.

## **9.5. Casos de éxito de storytelling:**

9.5.1. Coca-Cola.

9.5.2. Dove.

**9.6. Despedida.**

# Storytelling para Presentaciones, Marketing, Ventas y Negocios

## Autor



### Diego Arenas

Consultor independiente en creatividad, generación de contenidos, storytelling, social media y construcción de marca. Amplia experiencia en generación de ideas, Social Media, Storytelling y Comunicación, ha trabajado en reconocidas agencias de publicidad pertenecientes a redes globales, como Director de Arte, Copywriter y Director Creativo.

## Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

