

STORYTELLING

PARA TU MARCA

CÓMO COMUNICAR PARA QUE TE
RECUERDEN, TE CREAN Y TE
COMPREN.

elevana THINK
in
TOOLS

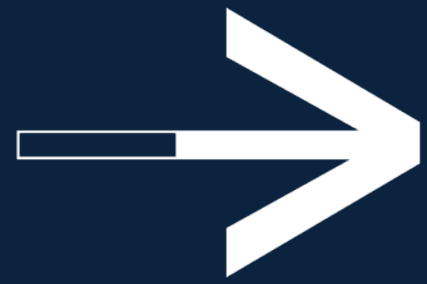


La estrategia es el arte
de lograr que otras
personas hagan algo.

**Las palabras son
tu herramienta.**

— Elevana Think In Tools





principio 01

Prepara antes

de abrir Canva
o cualquier otra
herramienta.



01

El error del novato: empezar haciendo contenido.

Antes de diseñar cualquier cosa,
define:

- ¿A quién le hablas?
- ¿Qué quieres que hagan o creen al terminar?
- ¿Por qué deberían escucharte a ti?



Sin esas
respuestas,
todo lo que
hagas es
decoración.

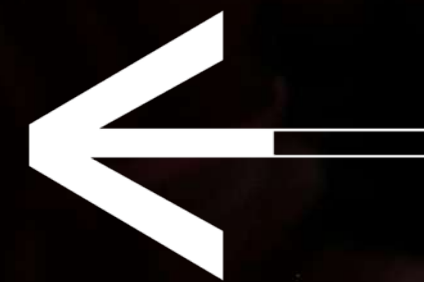
El dueño de marca que improvisa vs. el que prepara

antes

- ✗ Abre Canva sin saber el objetivo
- ✗ Escribe lo primero que le viene a la mente
- ✗ Usa el template mas bonito disponible
- ✗ Se pregunta por que nadie reacciona
- ✗ Cambia el contenido cada semana

después

- ✓ Define: ¿que quiero que pase?
- ✓ Construye un mensaje claro y unico
- ✓ Elige el formato segun el objetivo
- ✓ Mide si el mensaje funciona
- ✓ Mantiene coherencia de tono y voz



Cada contenido

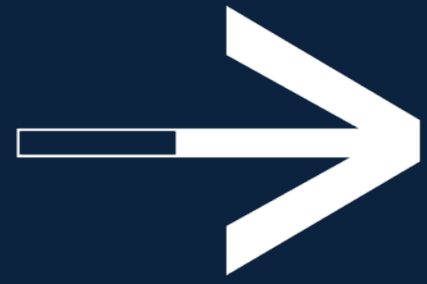
tiene una sola
cosa que decir.

02

Un post, un mensaje. Una historia, una idea.

- El error mas común en redes sociales: tratar de decir todo en un solo lugar.
- Cada post, cada historia, cada email debe tener UNA sola intención.
- Mas información = menos recordación.





Las 5 preguntas antes de publicar cualquier contenido

1

El objetivo

¿Que decision o accion quiero provocar con esto?

2

La audiencia

¿Quien lo va a leer y que sabe ya sobre el tema?

3

El mensaje unico

Si solo recordaran una cosa, ¿cual seria?

4

La prueba

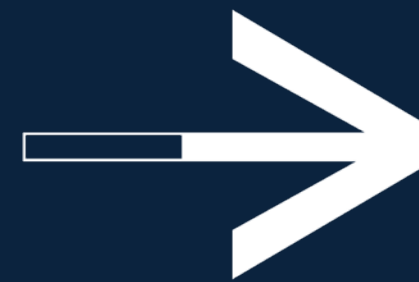
¿Tengo algo que respalde lo que estoy diciendo?

5

El siguiente paso

¿Que quiero que hagan despues de leerlo?

elevana



principio 03

Diseña con

intención, no con
decoración.

03

**Lo visual comunica antes
de que lean una palabra.**



- El color, la tipografía y el espacio son parte del mensaje.
- Una imagen bien elegida vale mas que tres párrafos explicando lo mismo.
- Tu marca no es tu logo.
- Es como te ven antes de que hablen contigo.

Comunicación que se olvida vs. comunicación que vende

antes

- ✗ Párrafo largo explicando el producto
- ✗ Colores sin coherencia de marca
- ✗ Foto genérica de banco de imágenes
- ✗ Título: 'Conoce nuestros servicios'
- ✗ Todo el mismo tamaño de letra

después

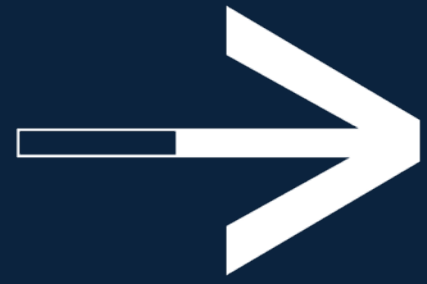
- ✓ Un dato o frase que engancha en 3 segundos
- ✓ Paleta consistente en cada pieza
- ✓ Imagen que refleja la identidad de marca
- ✓ Título que habla del problema del cliente
- ✓ Jerarquía visual clara: lo importante primero



Si no puedes explicar tu propuesta de valor en una sola oración,
no tienes una estrategia: tienes una lista de cosas.

— Elevana Think In Tools





Las 5 preguntas antes de publicar cualquier contenido

1

Fin en mente

¿Que decision debe tomar quien lo lee al terminar?

2

La herida abierta

¿Estas hablando de un dolor real de tu cliente?

3

Una sola oración

¿Puedes resumir todo tu mensaje en una linea?

4

Lo visual primero

¿Lo visual refuerza el mensaje o lo contradice?

5

Edición implacable

¿Quitaste todo lo que no aporta al objetivo?

Tu marca tiene algo que decir. **Empieza hoy.**

**Ahora
cuéntalo.**