GUIA STORYTELLING

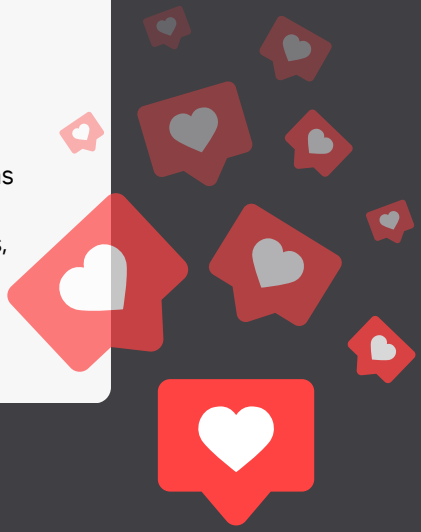
Todas las estrategias que debes conocer.



El poder real de las historias en Instagram

¿Por qué las historias venden más que los posts?

- Se ven primero en el feed, con atención activa.
- Generan cercanía y confianza.
- Son diarias y naturales, no invasivas.
- Permiten mostrar beneficios, historias reales y resultados.
- Incluyen interacción directa (stickers, encuestas, links).



¿Qué logra una historia bien diseñada?

- ✓ **Atrapa en los primeros segundos**
- ✓ **Tiene un mensaje claro**
- ✓ **Genera interacción**
- ✓ **Aporta valor o emoción**
- ✓ **Termina en acción o conexión**

Diferencias clave: visibilidad, conexión y conversión

Elemento	Significado	Cómo lograrlo en historias
Visibilidad	Que te vean más personas	Subidas frecuentes, música, hashtags, geotags
Conexión	Que te sientan cercana y auténtica	Mostrar tu día a día, pensamientos, procesos reales
Conversión	Que tomen acción (escribir, comprar, agendar)	Llamado claro a la acción y resolución de dudas



Las 23 reglas de Oro para las Historias de Instagram

1 Meta y Motivación

- Define un objetivo concreto para cada serie de historias (vender, educar, conectar).
- Recuerda tu “por qué” para mantener el foco y la constancia.

2 Las Stories Son Trabajos

- Asigna tiempo diario para planificar, grabar y editar.
- Considera guiones breves y recursos visuales antes de grabar.

3 Acepta la Imperfección

- Define un objetivo concreto para cada serie de historias (vender, educar, conectar).
- Recuerda tu “por qué” para mantener el foco y la constancia.

4 Sé Tú Misma/o

- Deja que tu personalidad brille: voz, gestos y estilo propio.
- La autenticidad genera mayor conexión.

5 Planifica, No Improvises

- Usa guiones o bullet points para cada historia.
- Organiza tus temas con un calendario o plantilla.

6 Toma Descansos Estratégicos

- Programa días sin publicar para recargar creatividad.
- Comunica pausas para que tu audiencia sepa cuándo volverás.



7 Las Stories no son tu vida entera

- Define un objetivo concreto para cada serie de historias (vender, educar, conectar).
- Recuerda tu “por qué” para mantener el foco y la constancia.

8 Enseña distintas facetas de tu vida

- Alterna entre proyectos, hobbies y momentos familiares.
- Humaniza tu marca mostrando variedad de roles.

9 Desarrolla la observación

Captura detalles únicos: texturas, colores, reacciones. Narra tu historia a partir de lo que descubres.

10 Acción masiva imperfecta

Publica con frecuencia sin esperar la perfección. La práctica genera mejora continua y favorece el algoritmo.



11 (Recordatorio) Define tu meta y motivación

- Revisa tu objetivo antes de cada bloque de historias. Refuerza tu enfoque para no desviarte.

12 Cambia de planos y encuadres

Alterna entre primeros planos, planos medios y generales. Utiliza movimientos de cámara para dinamizar.

13 Cambia temas y combina historias

Integra varias temáticas en una misma serie para sorprender. Usa transiciones suaves para mantener el flujo.

14 Muestra distintas emociones

Comparte alegrías, dudas y frustraciones. El contraste emocional fortalece la conexión.



15 Combina 3 pilares

Integra en cada serie: vida personal, proyectos y aprendizaje. Asegura variedad y coherencia estratégica.

16 Publica las Stories en series

Numera o titula tus historias para crear expectativa. Facilita la continuidad y seguimiento

17 Define el número de Stories por día

Establece un rango (537 historias) y ajústalo según datos. Equilibra calidad con cantidad.

18 Haz las Stories fáciles de ver

Usa texto breve, tipografías legibles y contraste alto. Evita saturar de información en un solo slide.



19 No rompas la línea de contenido

Integra en cada serie: vida personal, proyectos y aprendizaje. Asegura variedad y coherencia estratégica.

20 Haz la primera más corta y atractiva

El gancho inicial debe durar 132 segundos. Presenta un dato, pregunta o elemento visual impactante.

21 Escribe y planifica con antelación

Redacta todos los guiones y revisa antes de grabar. Utiliza plantillas y tablas para organizar ideas.

22 Instala aplicaciones básicas

Domina herramientas como CapCut, InShot y Canva. Explora stickers, efectos y música de Instagram.

23 La regla más importante: no comerse la cabeza

Comienza, prueba y ajusta sin paralizarte en detalles. La consistencia y el aprendizaje práctico son tus aliados.

Banco de Ideas para el Lanzamiento

1

Contenido Diario (Ejemplos)

- Día 1: Presentación del programa
- Día 2: Beneficios clave del plan: energía, salud digestiva y mejora de rendimiento.
- Día 3: Testimonio breve de un cliente real que logró un cambio significativo con el programa.

2

Líneas de Contenido

- Una serie de historias unidas por un único tema o significado, porque genera curiosidad e interés.

a. Es interesante cómo terminará.
b. Te revelas como personaje.
c. La gente se preocupa por ti.

Nota: Las líneas de contenido pueden variar en longitud e importancia según el mensaje que quieras transmitir.



Banco de Ideas para el Lanzamiento

3

Pensamientos que Quiero Transmitir

- Autenticidad: Compartir mi experiencia real con la nutrición y el esfuerzo detrás de cada consejo.
- Inspiración: Demostrar cómo pequeñas acciones diarias generan grandes resultados a largo plazo.
- Empoderamiento: Mostrar que este programa tiene el poder de transformar vidas si se siguen los pasos.

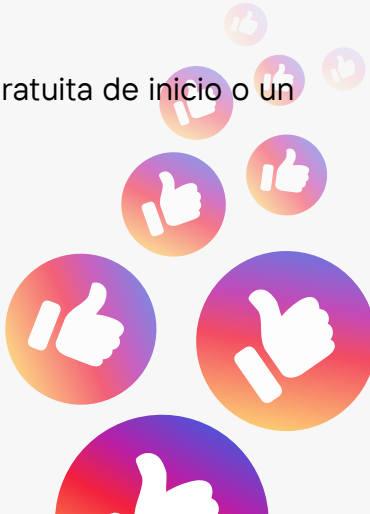
4

Qué Quiero que Me Cuenten en DM

¿Cuál es tu mayor reto con tu alimentación actual?

¿Qué te gustaría mejorar en tu bienestar o rendimiento?

¿Te gustaría recibir una guía gratuita de inicio o un cupón de descuento?



Banco de Ideas para el Lanzamiento

5

Ideas de Historias por Formato

- Personalidad: Cuento por qué elegí dedicarme a la nutrición y mi trayectoria personal.
- Vida: Muestro mi ritual matinal de preparación de smoothies y mi desayuno saludable.
- Expertise: Mini tutorial de 3 pasos para balancear macros en una comida rápida.
- Formato habitual: Tip del día con sticker de cuenta regresiva: 3...2...1... ¡listo!î.

¿Qué significa todo esto en conjunto?

Estás diseñando un plan de contenido estratégico para Instagram (u otra red) que combina:

Storytelling auténtico para conectar emocionalmente.

Valor práctico para posicionarte como experto.

Interacción activa para captar leads (guías, cupones, mensajes directos).

Secuencia lógica de lanzamiento que lleva al usuario desde la curiosidad hasta la conversión.

11 Principios para Hacer Historias en Instagram

Enfoque

- Define el objetivo principal de cada historia (educar, entretener o vender).
- Mantén este propósito presente desde el guión hasta la publicación.

Contexto

- Sitúa a tu audiencia explicando dónde estás y por qué estás creando este contenido.
- Evita que los espectadores se pierdan al entender el escenario o la relevancia.

Tema Diario

- Asigna un tema central a cada día (p.ej., “Motivación lunes”, “Tip de miércoles”
- Facilita la coherencia y simplicidad la creación de contenidos temáticos

Planifica tu Vida y Luego tu Contenido

- Organiza primero tu agenda personal y profesional.
- Adapta tus historias a tu rutina, mostrando autenticidad y realismo.

11 Principios para Hacer Historias en Instagram

Comunicación Bidireccional

- Incorpora stickers de preguntas, encuestas y cajas de respuestas para invitar al diálogo. Responde comentarios y DMs para fortalecer la conexión con tu audiencia.

Mantén el Equilibrio

- Alterna entre contenido educativo, emocional y promocional. Equilibra temas intensos con temas ligeros. Mezcla formatos (video, foto, texto) para dar variedad. Ajusta frecuencia y duración para no saturar a tu audiencia.

Respeto Intelectual

- Comunica asumiendo que tu audiencia es inteligente: explica con claridad y sin condescendencia. Ofrece valor real con datos, tips o insights prácticos

Reutiliza con Cuidado

- Adapta contenidos de posts o Reels en Stories, ajustando formato y mensaje. Añade un nuevo ángulo o actualización para que sea fresco y relevante.

11 Principios para Hacer Historias en Instagram

60/40 Planeado vs. Espontáneo

- Reserva el 60 % de tus stories para contenido estratégico y planificado. Deja el 40 % para ideas improvisadas y reacciones al momento.

Tus Seguidores Son Amigos

- Habla con cercanía y empatía, como lo harías con amigos. Comparte anécdotas personales y sé transparente.

70/30 Realidad vs. Reflexión

- Dedica el 70 % a mostrar tu día a día y momentos reales. Usa el 30 % restante para ofrecer reflexiones, aprendizajes y consejos más profundos.



22 Formatos de Grabación para Historias

Video	Edición	Foto / Imagen
• Selfie hablando Hablando • de pie o sentado • En el espejo • Toma de tercera persona • Toma de primera persona • Teléfono fijo en un punto • Vídeo a cámara lenta (0.5×)	• Time lapse • Slow motion • Con subtítulos	• Con filtros • Selfie (imagen fija) • Desde otro ángulo. • En el espejo (foto) Detalle del ambiente • Un objeto relevante • Collage de varias imágenes • Fotos antiguas • Fotos profesionales • Capturas de pantalla de DMs • Fondo de color plano

Principios del Buen Storytelling en Historias de Instagram

¿Qué es el Storytelling?

El storytelling es la técnica de encadenar varias historias o secuencias de contenido que, juntas, revelan una idea central poderosa. Cada historia se conecta a la siguiente para construir un mensaje coherente y memorable.

Por qué creamos Storytelling

Es más fácil de crear: tendremos un guía que marca el rumbo

Es más interesante de consumir: engancha con emoción e ideas claras.

Principios Clave

1. Idea Central Definida
2. Estructura en Tres Actos
3. Gancho Emocional
4. Conflicto y Resolución
5. Lenguaje Visual Coherente
6. Economía Narrativa
7. Ritmo y Dinámica
8. Voz y Tono Auténticos

9 Uso Estratégico de CTA

10 Refuerzo Multicanal

11 Repetición Inteligente

Importancia y Claridad

- La audiencia debe entender la situación y los detalles.
- Debe comprender por qué esto es importante para ti.
- Debe entender por qué tomas determinadas decisiones: explica siempre tus opiniones.



Horizontes de Planificación de Contenido

Largo Plazo

Medio año, un año, etc. (visión estratégica).

1 mes, 3 meses (campañas y lanzamientos).

Medio Plazo

Corto Plazo

Varios días, 1 semana (series de historias y contenidos temáticos).

Publicaciones e historias del día a día (momentos espontáneos y planificados).

Diario

8 Pasos para Crear un Storytelling Interesante

Principio de Intriga

Abre con un elemento que despierte curiosidad o una pregunta sin resolver

Desarrollo de la Situación

Contextualiza el escenario y presenta a los personajes o el entorno.

Problemas y Errores

Muestra los desafíos, obstáculos o errores que surgen en el proceso.

Personajes

Introduce quiénes participan: tú, tu audiencia, tu equipo o clientes.

Sentimientos y Emociones

Conecta con el público a través de emociones auténticas: alegría, frustración, esperanza.

Involucración del Público

Invita a la audiencia a participar, opinar o compartir sus experiencias.

Desenlace

Revela la resolución del conflicto o los aprendizajes obtenidos

Pensamiento Final / Moraleja

Cierra con la idea central o la lección que quieres que recuerden.

Factores que Reducen las Visualizaciones

Demasiada “cabeza parlante sin texto: Uso exclusivo de video hablando sin apoyo visual

Exceso de texto: Slides con párrafos largos o demasiadas palabras.

Contenido complicado: Temas o formatos difíciles de seguir.

Planos idénticos: Poca variedad de ángulos y encuadres.

Solo voz sin imágenes: Historias narradas sin elementos visuales de apoyo.

Exceso de historias cotidianas: Contenido demasiado rutinario sin valor.

Factores que Reducen las Visualizaciones

Historias sin contenido: Falta de mensaje o propósito claro.

Falta de emociones: Historias frías sin conexión emocional.

Contenido repetido: Duplicar historias sin ofrecer algo nuevo.

Ventas directas continuas: Llamados a la venta sin contexto ni valor previo.

Exceso de repost: Recompartir demasiado contenido de otros sin originalidad.

Factores que Reducen las Visualizaciones

Buena imagen y buen sonido Calidad audiovisual que invite a consumir.



Líneas de contenido con drama Cuentos que generen tensión y curiosidad.

Temas personales Compartir experiencias cercanas y auténticas.



Bromas y humor Relajación y entretenimiento para conectar con la audiencia.

Contenido ligero y agradable visualmente Diseños limpios y elementos estéticos.

Interacción con las personas Stickers, encuestas, preguntas y respuestas

Factores que Reducen las Visualizaciones

Ternura Momentos emotivos que despierten cariño y empatía.

Juegos y secciones de preguntas Dinámicas que inviten a la participación.

Eventos e historias emocionales Relatos que conecten a nivel sentimental.



Algo nuevo (cambio visual o novidade) Por ejemplo, un corte de pelo o un nuevo decorado.

Temas provocativos y eventos inusuales Contenido que sorprenda y rompa la rutina

Excursiones y tours Recorridos por espacios o productos, como un tour por tu casa o un bolso.

