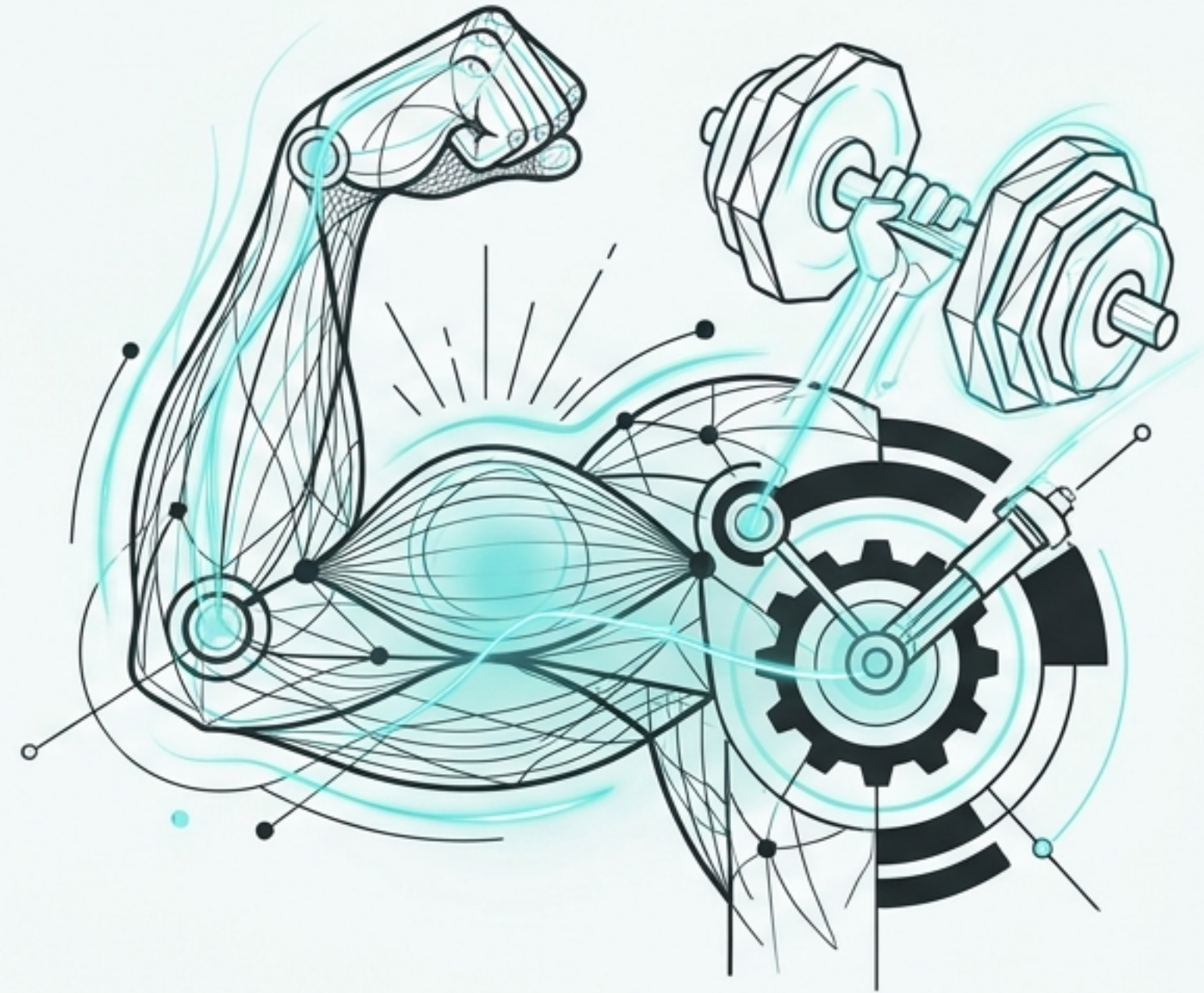


Mesa de Claridad: Entrenar la Palabra

Descubrir la estrategia y
construir tu narrativa.

La exposición es un **músculo** que se entrena.

El miedo a grabar un video, escribir un posteo o mostrar quiénes somos no es una limitante inamovible. Es, simplemente, falta de entrenamiento.



“No tienes que grabar videos si no quieres. El formato debe hacer que tu voz brille más, no apagarte por el estrés de la tecnología.”

La Regla de Oro: Escritura Automática

1

No levantes el lápiz.

La mano siempre en movimiento sobre el papel.

2

No pienses, escribe.

Apaga el editor interno. Si te bloqueas, escribe literalmente 'me bloqueé y no sé qué poner'.

3

Ignora la forma.

Caligrafía, ortografía y sintaxis no importan en esta etapa.

4

Conecta las letras.

Son solo dibujos que forman palabras. Deja que fluyan.

Extrayendo la Materia Prima



Objetivo de la Extracción: Listar al menos 5 temáticas sobre las que sería interesante comunicar en tu negocio.

Construyendo la Historia (Escritura Guiada)

Paso 1: El Contexto. ¿Cuándo y dónde sucedió lo que estás contando?

Paso 2: La Emoción. Incorpora los descubrimientos de 'Siento que...' y 'Pienso en...'.

Paso 3: El Aprendizaje. ¿Cuál es la mayor lección de esta experiencia?

Paso 4: El Puente. ¿Por qué y cómo le sirve esto a tu cliente ideal?

Paso 5: El Acompañamiento. ¿Cómo lo puedes ayudar tú a partir de esto? (El Cierre y la Venta).

Derribando Barreras Internas (Casos de Estudio)

El Mito de la Edad (Caso Luisa, 86 años)

Creencia: “Los grandes no aparecen en videos. Traigo costumbres viejas, ¿qué pensarán del otro lado?”

Estrategia: Darte el permiso. La edad es un mérito de la forma en que elegiste vivir. Tu mensaje es más importante que el juicio externo.

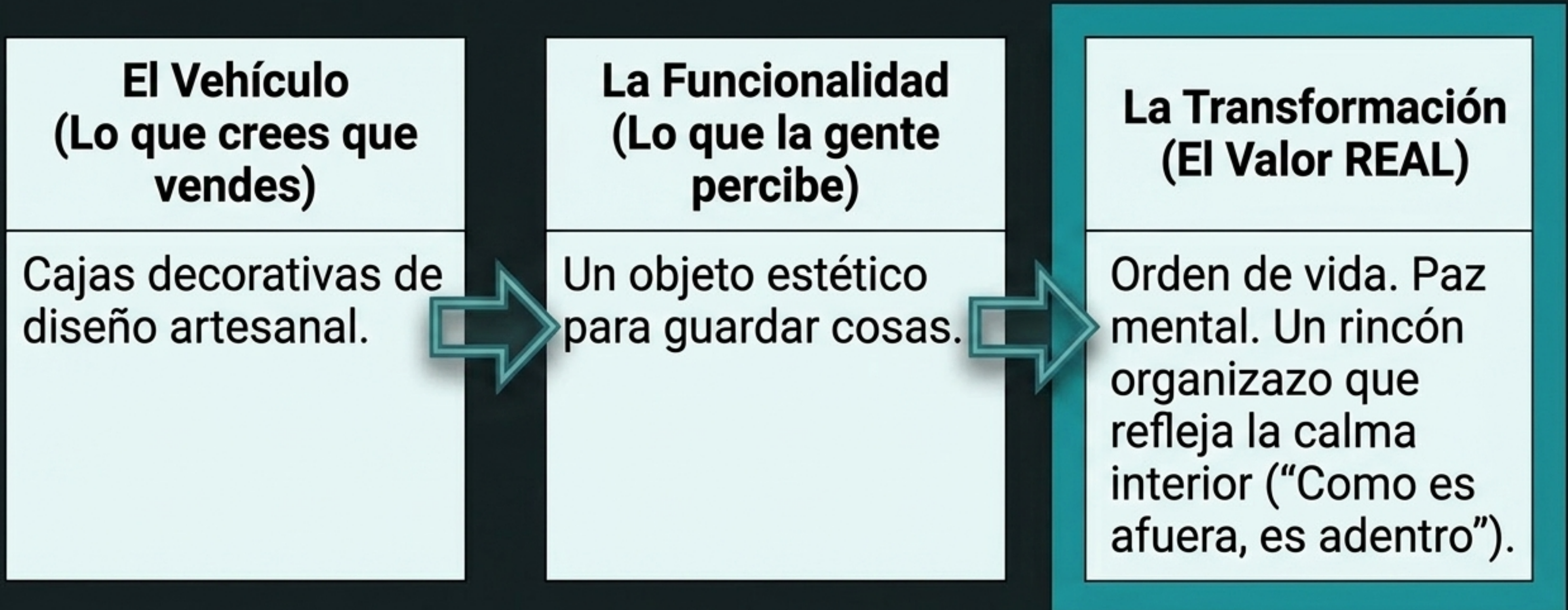
Múltiples Identidades (Caso Liza, cantante)

Creencia: “Me cuesta integrar mi identidad de cantante cuando hablo de la ciencia del sistema nervioso.”

Estrategia: Lo que haces en los márgenes es tu mayor diferencial. Tu voz cantora no compite con tu experiencia técnica; la potencia y te hace única.

Matriz de Transformación: ¿Qué vendes realmente?

Analizando el caso de Lucía (Cajas Decorativas)



La literalidad no debe matar una buena historia

Verdad Literal (El Error)

Contar una anécdota nombrando a 15 personajes irrelevantes solo porque “así pasó exactamente”.

Resultado: El lector se abruma, se confunde y abandona el mensaje central.

Verdad Estratégica (El Acierto)

Condensar 15 personajes en 2.
Cambiar nombres por fluidez (Ej. “Juana”).

Resultado: El protagonista real siempre es el cliente que te lee.

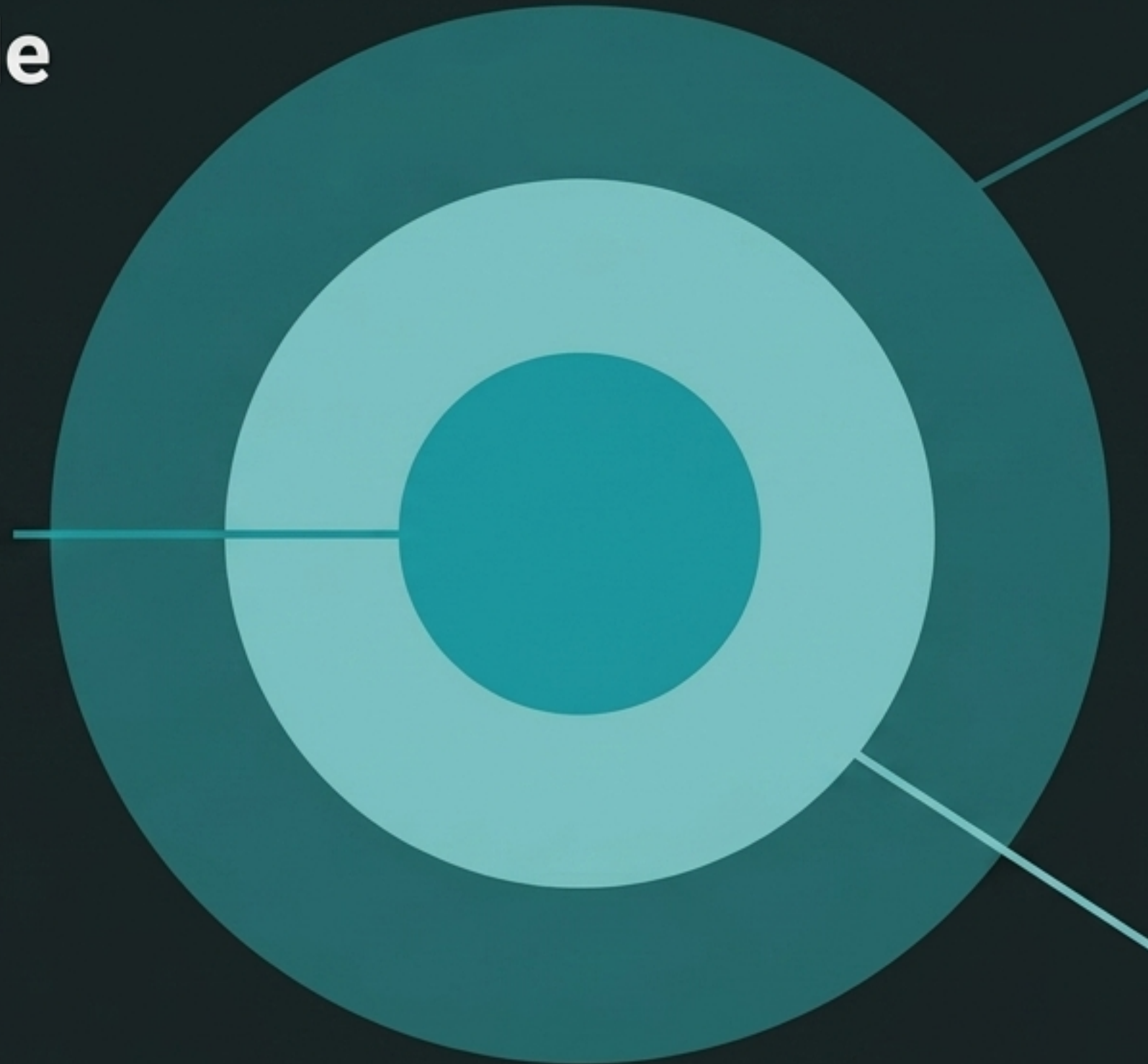
(Nota: Lo único que exige 100% de literalidad es el testimonio de un cliente).

La dimensión 'tiempo' hoy parece no existir en lo que nos venden. Creemos que todo debe salir bien en dos meses.

Para que una oferta sea sostenible y escale, primero hay que darle tiempo para madurar.

Modelo de Crecimiento: Los 3 Niveles de Lanzamiento

Nivel 1 (El Círculo Íntimo):
Lanza a tu comunidad actual.
Bajo costo, cero anuncios.
Objetivo: Validar si la gente realmente necesita y compra el servicio.

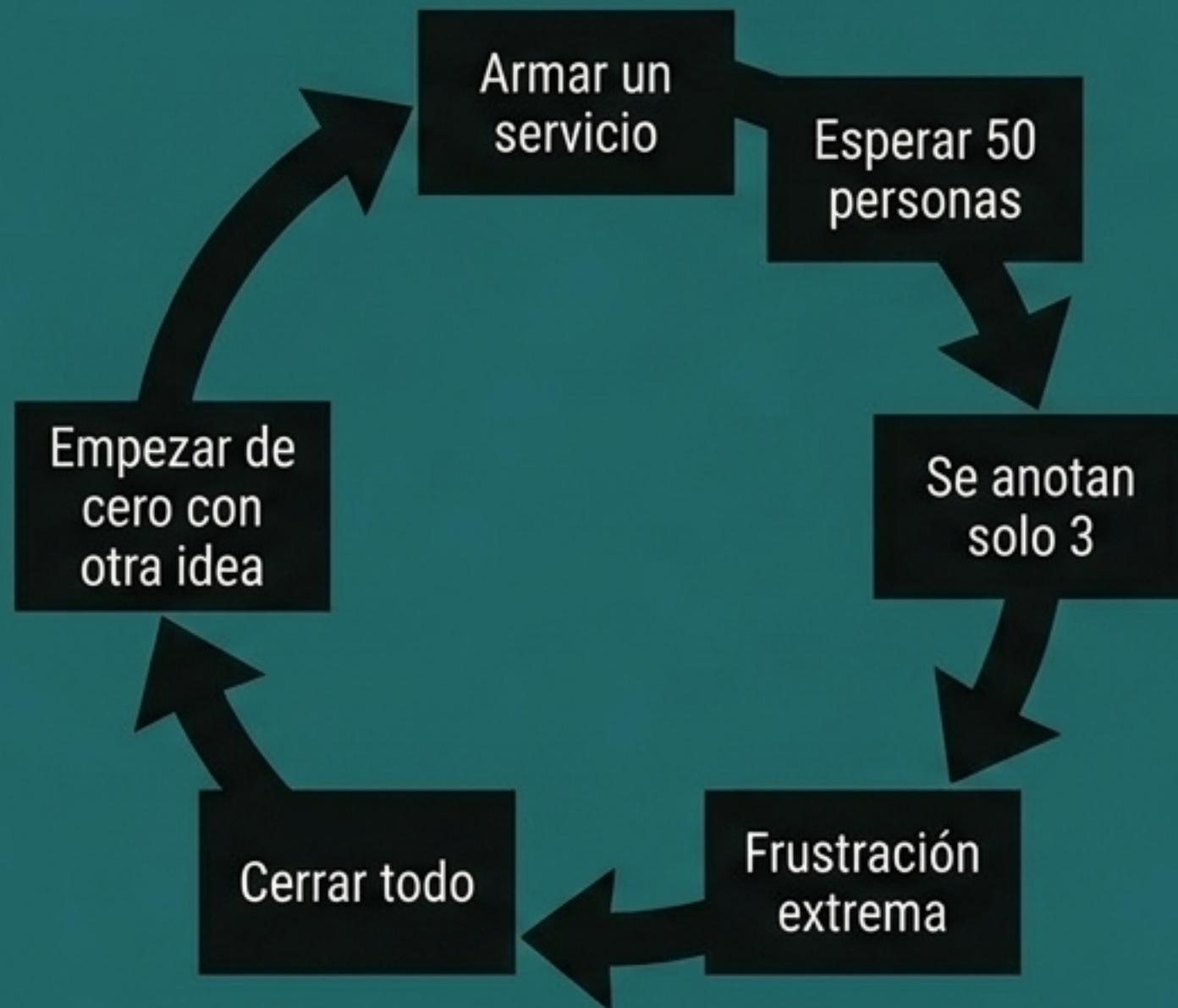


Nivel 3 (La Escala):
Inversión en anuncios, tráfico y branding sofisticado.
Regla de oro: Solo se activa después de que los niveles 1 y 2 funcionaron.

Nivel 2 (El Segundo Círculo):
Lanza a una audiencia tibia.
Objetivo: Mejorar el mensaje, pulir la presentación y afinar la oferta basándote en datos reales.

El Ecosistema de Validación: Por qué fallan los lanzamientos

El Loop del Desgaste

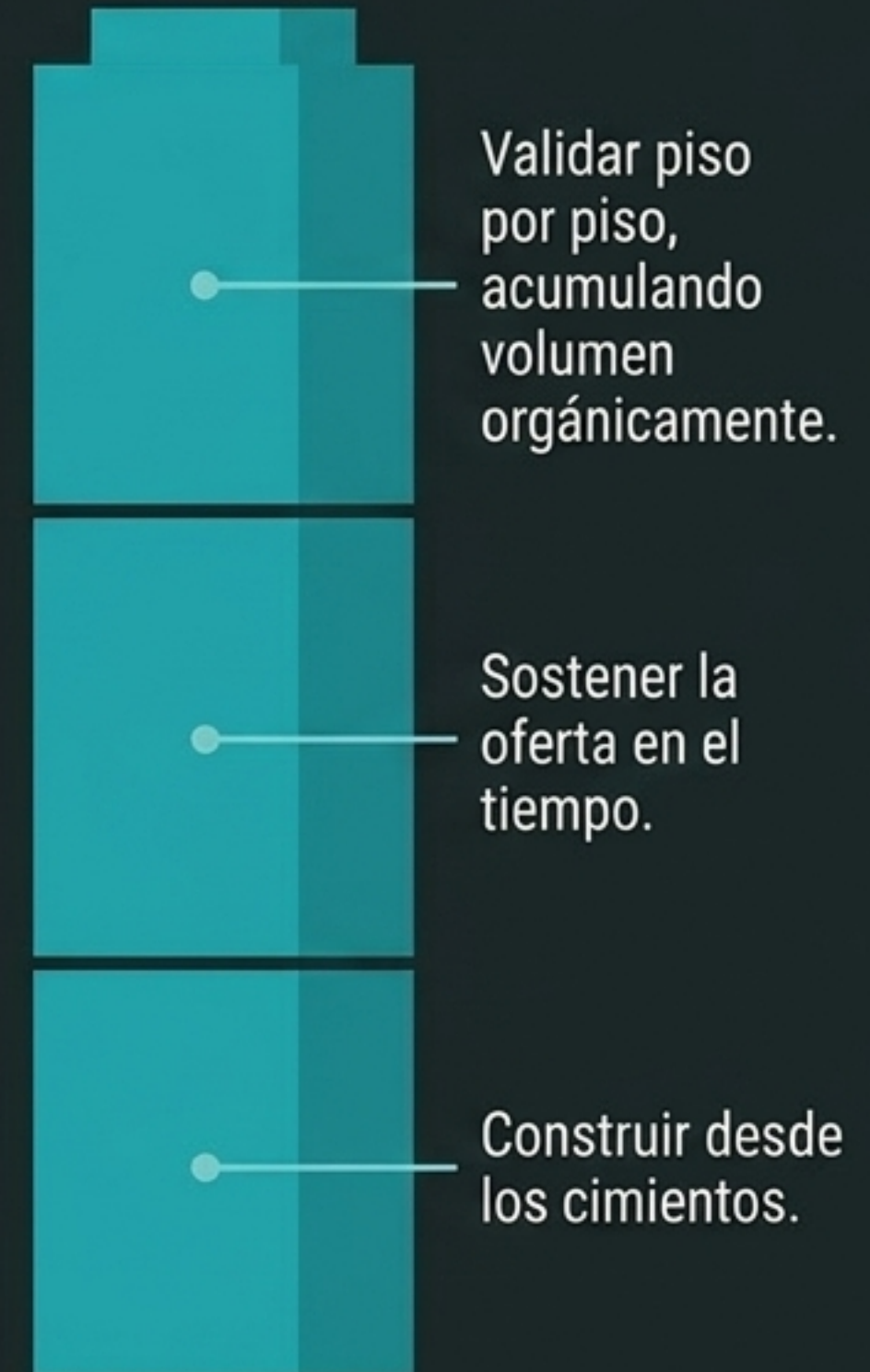


El Diagnóstico:

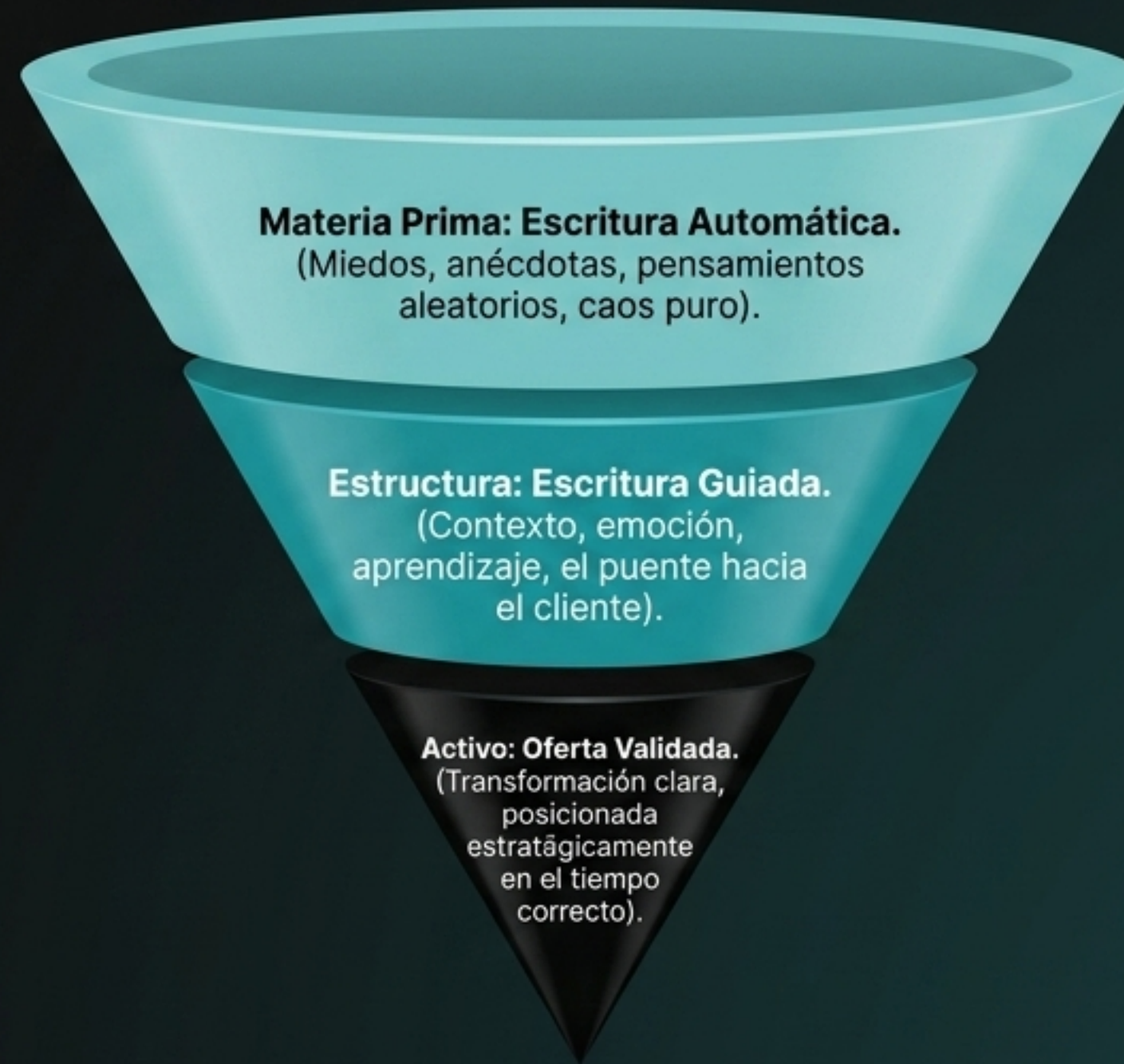
Si se anotan 5 personas a un evento gratuito, no tienes un problema de "copy" o de calidad de servicio.

Tienes un problema matemático de volumen y tracción.

El Rascacielos



Síntesis: De la idea caótica al activo de negocio



¿Qué falta para alinear todo este proceso? La Narrativa Estratégica.

Introducción a la Narrativa Estratégica

Qué NO es (Escritura Creativa)

- No es solo contar historias bonitas o entretener.
- No es inventar mundos ficticios sin un propósito comercial.
- No es escribir "porque sí" o esperar a la inspiración.

Qué SÍ es (Narrativa Estratégica)

- Es elegir deliberadamente qué contar, respaldado por una estrategia.
- Es revisar tu mundo interno (valores, estilo) y encuadrarlo perfectamente para el mundo externo (el cliente).
- Es diseñar una comunicación que sea 100% fiel a ti, pero matemáticamente diseñada para vender.

El Marco de Decisión: El arte de elegir qué qué contar

Identidad y Valores:

Lo que es genuino y energéticamente sostenible para ti.

Estrategia de Negocio:

El servicio o transformación específica que necesitas vender hoy.

Tu Narrativa Estratégica

El Mundo del Cliente:

El desafío, dolor o deseo exacto que busca resolver el otro.

No cuentas una historia solo porque se te ocurrió. La cuentas porque cumple una función vital en este ecosistema.

El Filtro Final: Traza tus Líneas Verdes

La Narrativa Estratégica te entrega tus “Líneas Verdes”: un marco innegociable y claro



Líneas Verdes

de lo que Sí vas a mostrar, cómo lo vas a mostrar y en qué formato brilla mejor tu voz.

- Conecta tus múltiples “yoes” en un solo diferencial.
- Deja de vender características; comunica la transformación real.
- Dile adiós a las estrategias exógenas que te bloquean y te queman.

Construye tu rascacielos. Ladrillo a ladrillo.