ABRIL2025

AJ | Alurralde Jasper +Asoc.

¡Hola!

Storytelling

De la historia a la inversión.
Cómo construir y presentar una narrativa empresarial poderosa.

www.alurraldejasper.com/storytelling

storytelling_AJ

storytelling_AJ

¿Expectativas?

¿Qué es un pitch?

Pero... ¿se puede contar toda una empresa, su diferencial, su potencial, su análisis del mercado, su equipo en 5 minutos?

Esfuerzo de

síntesis

Pero sobre todo

ABRIR UNA

PUERTA

No podemos servir toda la botella de vino en una sola copa

En los tiempos de la IA todavía las personas quieren hablar con personas

En nuestra experiencia...

cuando se analiza un negocio para invertir o financiar...

uno de los pilares es entender

quiénes son las personas adecuadas para capitalizar

la oportunidad de mercado o crear ese mercado

Integridad – Construir confianza

Nos conocemos

Soy competente

Soy honesta, sincera y estoy comprometida con nuestro objetivo común

Soy creíble, tengo un “track record” (una trayectoria) cumpliendo mis compromisos

En comunicación tenemos tres premisas

1

Ser breves

2

Alta Efectividad

3

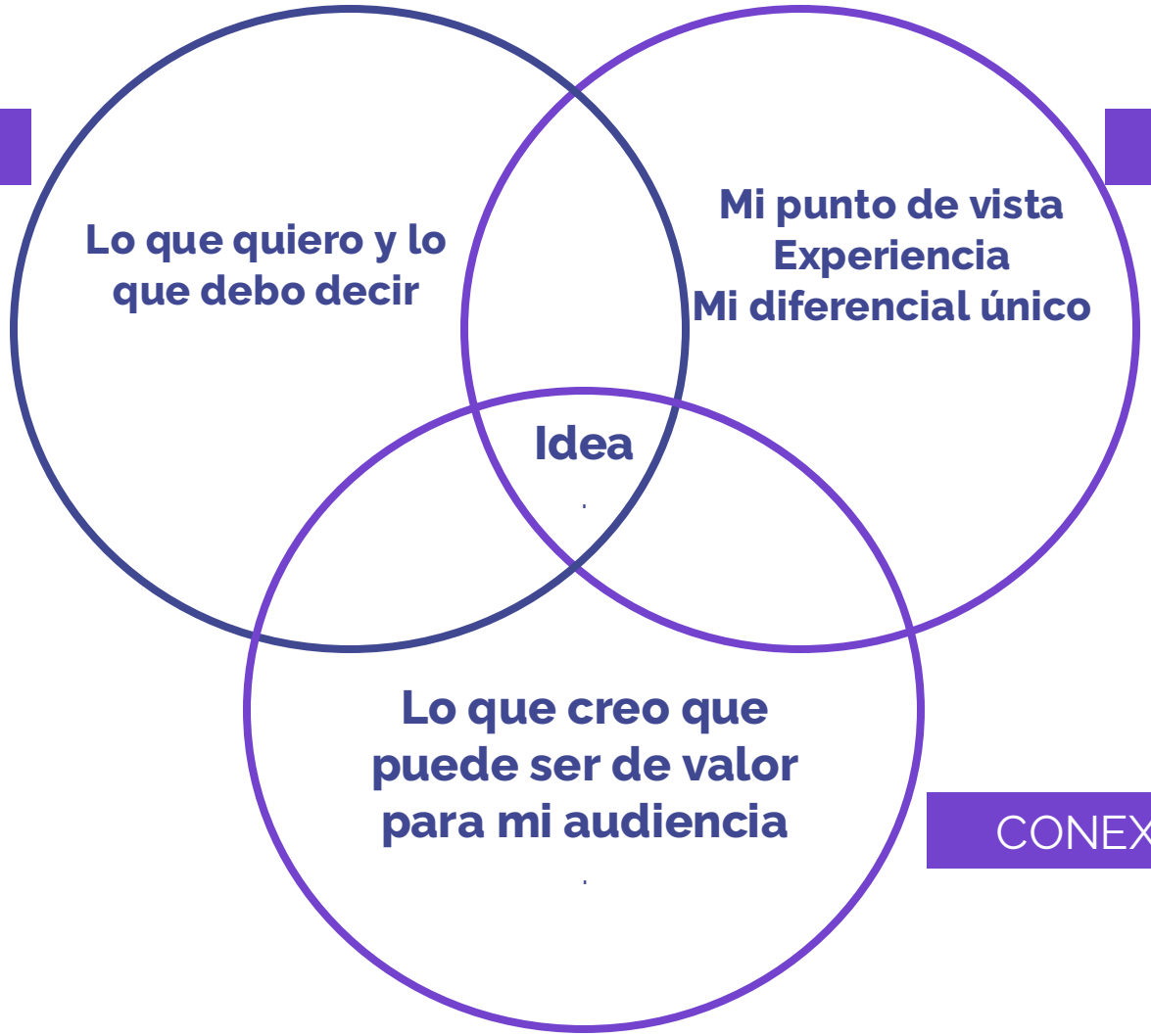
Producir comportamiento

AJ | Alurralde Jasper +Asoc.

st | storytelling | Relevancia

MENSAJE

POV



TERRITORIO DE DISCURSO

CONEXIÓN

El corazón de cualquier comunicaciónn es una idea

*

Como un pino

Una idea central
Y todas las demás ideas son como ramas que construyen la idea de pino

Una idea y un equipo que deja una marca en la memoria... Que puede ser recordada, que es Memorable.

Las personas

ACTÚAN

Basados en lo que

RECUERDAN

Y cómo recordamos

Información + emoción

Si no emociona, no funciona

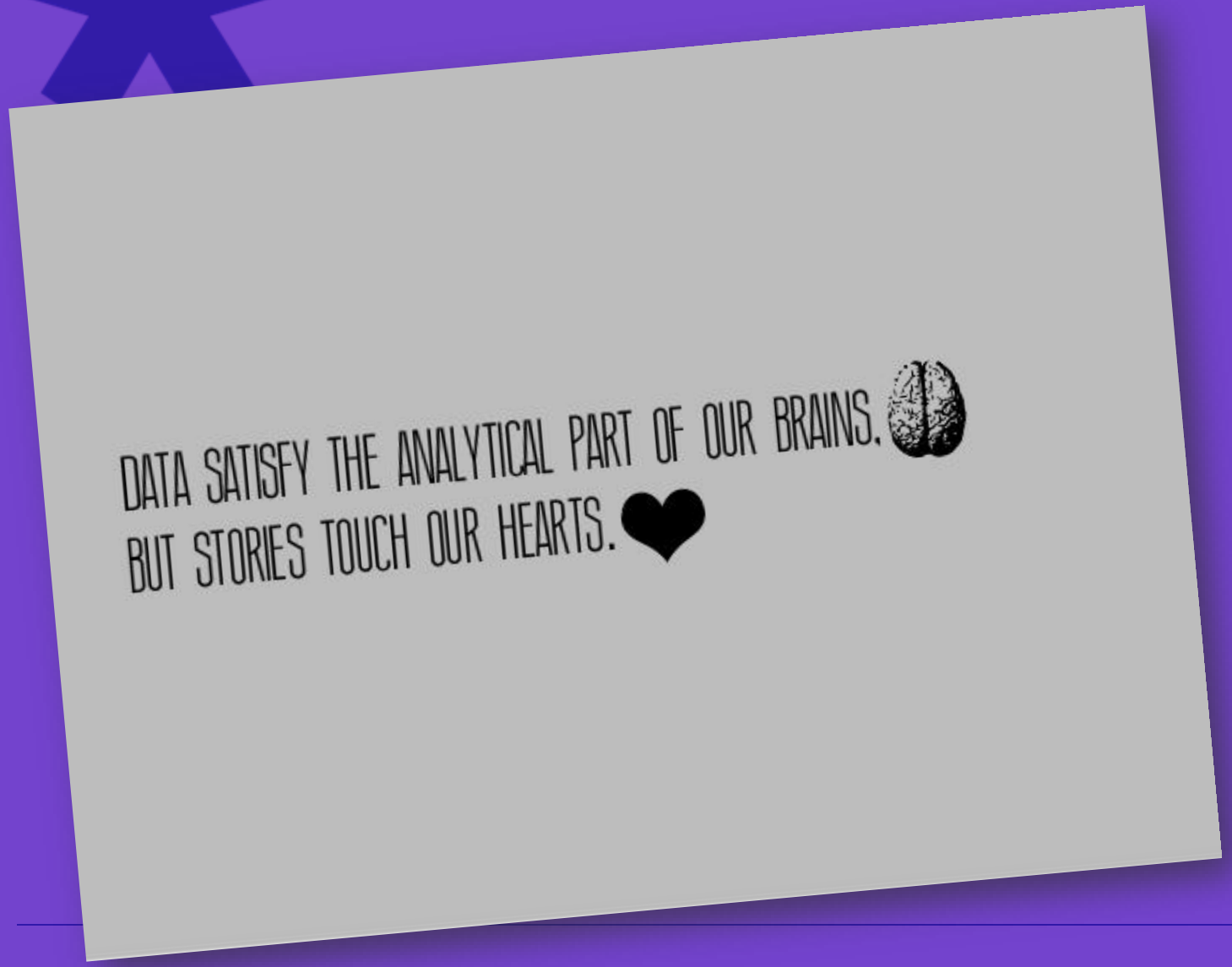
Sorpresa

Empatía

Singularidad

Poética

Por eso contamos historias



Las historias son “datos con alma”

Contamos historias para ser relevantes

Las narrativas hacen que las cosas suceda

Rebeca Hwang

Un pitch tiene una estructura y un tiempo específico

Es importante cumplirlo

Y algunas expectativas:

Sobre el negocio

(tamaño de la oportunidad– escalabilidad – modelo de negocios – burning cash, etc.)

Sobre quien emprende

(Integridad – Pasión – Experiencia – Conocimiento – Competencias – Liderazgo – Compromiso - Visión – Realismo)

Es importante atenderlas

Una estructura problema - solución

1

La oportunidad para la sociedad y el tamaño del negocio

2

Desafío, riesgos y cómo lo lograremos. Por qué nosotras

3

Imagen de éxito. Por qué tu aporte será único

Arco narrativo

SET UP	CONFLICTO	RESOLUCIÓN
Primer acto	Segundo acto	Tercer acto

El orden de los factores ALTERA EL PRODUCTO

Siempre que queremos decirle algo a alguien...
El contenido debería responder a una pregunta

El viaje de la heroína

De un camino solitario
A una aventura compartida

Siempre estamos

en una conversación

Escucha atenta

“no es sólo sobre la oratoria,
es sobretodo la escuchatoria."

No vendemos ideas

Las compartimos

Prestar atención no solo al discurso racional, sino a los aspectos emocionales.

Necesitamos una remera que diga:

“No podemos convencer a nadie, pero podemos contagiar nuestro entusiasmo”

Para conectar con otras personas, primero hay que estar conectada con una misma

Tu lenguaje corporal cuenta

—

Tu cuerpo es tu instrumento.
Tu voz es un instrumento de viento
(necesita aire).

—

La clave está
en la
RESPIRACIÓN

Cuando respiras,
pausas, conectas, das un espacio,
creas un diálogo mental

Tu charla, pitch

Es como una CANCIÓN… “suena”

La voz tiene MUSICALIDAD

Ritmo: la cadencia.

Velocidad: rápido, lento.

Volumen: alto, bajo.

Melodía: la curva tonal de tus frases (cómo suben y bajan).
Tono: agudo o grave.
Pausas: los silencios son parte de la música.
Contrastes: cambios entre momentos suaves y potentes, rápidos y lentos.

Contacto Visual

Intención

Efecto espejo

Adentro-afuera

Practicar a viva voz
Editar - Internalizar

Grabarse
Sólo escuchar
Sólo ver

Qué me sale bien ¿lo puedo repetir?

¿Preguntas?

TICKET de salida

¿Qué me llevo hoy?

¡Muchas gracias!

www.alurraldejasper.com

alurraldejasper